

## IL CONVEGNO

# Qual è il futuro dell'editoria? Il buon vecchio libro di carta

### *E-book, self-publishing, stampa digitale: tutto bene Ma il ruolo dell'editore tradizionale rimane centrale*

Paolo Bianchi

**C**inquant'anni fa moriva Arnoldo Mondadori, un editore fra i più importanti al mondo.

In mezzo secolo l'universo delle pubblicazioni è mutato in consonanza con la società. E adesso che succede? *Il Futuro dell'editoria* è il titolo del convegno di oggi alla **Fondazione Mondadori** di Milano, dove si confrontano alcune autorevoli voci dell'imprenditoria libraria. Parlano Antonio Porro, amministratore delegato del Gruppo Mondadori, Nuria Cabuñi, ceo di Penguin Random House, James Daunt, ceo di Barnes&Nobles, Achille Mauri, presidente di Messaggerie italiane (che Mondadori lo conobbe bene), gli editori Carlo Feltrinelli e Luca Formenton, lo scrittore David Grossman. E altri che abbiamo intervistato. Fra loro Enrico Selva Coddè, Vicepresidente e ad Trade Mondadori Libri.

L'editoria libraria ha vissuto in questi anni una vera rivoluzione digitale. In che misura Lei ritiene che i sistemi tanto di stampa quanto di comunicazione digitale abbiano influito sulla diffusione del libro? «Digitale è un termine che inerte a tanti ambiti diversi: l'impatto che il digitale ha avuto sull'editoria libraria non è poi così rivoluzionario, perché l'e-book è la versione digitale del libro e quindi altro non è che un'editoria imitativa. In Italia, Spagna e Francia la quota di mercato dell'e-book è molto simile e corrisponde alla loro dimensione fi-

siologica, certamente inferiore rispetto alla quota di mercato anglosassone. Quanto invece ai canali di vendita, altroché se il digitale ha contribuito. Secondo la

vulgata oggi le piattaforme digitali conterebbero per più del 40% del mercato. In più favoriscono l'incremento della "coda lunga" dei titoli, cioè del numero dei titoli attivi: parliamo oggi di almeno 5-600mila. Pochi anni fa erano meno della metà. Quanto poi avvenuto durante la pandemia in termini di sviluppo di acquisti e letture, lo ritengo più legato a tematiche antropologiche che digitali. La stampa digitale invece, non è che una tecnologia utile nei casi di piccole tirature. È adatta ai numeri più bassi, ma reiterati».

Alla stessa domanda, Stefano Mauri, presidente e ad di Gems, risponde così: «Hanno dato uno straordinario contributo a tutte le fasi della lavorazione di un libro a partire dall'autore fino alla diffusione presso il lettore grazie all'e-commerce, ai diversi formati digitali e ai social».

Per l'editore Antonio Sellerio «le potenzialità delle novità tec-

#### I CANALI DI VENDITA

E-commerce, librerie di catena, indipendenti e edicole devono convivere

nologiche per l'editoria sono grandissime. Riguardo alla stampa, il *print on demand* permette di alleggerire le scorte di un edi-

tore garantendo ai lettori la disponibilità dei libri in tempi molto brevi, anche se noi non ne facciamo grande uso perché l'attuale tecnologia seppur sofisticatissima, non è in grado di stampare sulla carta che noi utilizziamo abitualmente per le copertine. L'uso dei social media dà a noi editori la ghiottissima possibilità di entrare in diretto contatto con i lettori; ci si presenta però la non piccola difficoltà di far conciliare linguaggio e immagine della nostra produzione editoriale con i linguaggi necessari per comunicare con adeguata efficacia attraverso quei canali».

Con l'espressione *Editoria del futuro* si intende anche il fatto che il libro potrebbe cambiare forma, diventando qualcosa di diverso dall'oggetto che abbiamo sempre conosciuto? Selva: «Il libro è sempre quello: un testo lineare, a malapena toccato dalla forma digitale dell'e-book. È un problema di cui si discuteva già vent'anni fa, temendo rischi di destrutturazione del te-

#### DOPO LA PANDEMIA

Il mercato del libro nel 2021 vale un miliardo di euro, il 29% in più sul 2020

sto e di disintermediazione a opera del self publishing rispetto alle case editrici. Ma poi, come dimostrato anche dall'esperienza del self publishing su Amazon e da esperimenti *online* come un romanzo a puntate di Stephen King, si è capito che il ruolo dell'editore resta centrale, perché centrale è il suo ruolo di mediatore culturale. Il cambiamento è stato ben più traumatico per il mercato del video». Sellerio: «Anche se la diffusione del libro elettronico continuerà gradualmente a crescere,

#### Hanno detto



Enrico Selva Coddè

«Al di là di tutti gli esperimenti online, la funzione dell'editore come mediatore culturale è insostituibile»



Antonio Sellerio

«Niente paura il libro rimarrà per molti anni ancora l'oggetto fisico che conosciamo da sempre»



Stefano Mauri

«Il libro di carta a differenza di musica e film ha resistito a tutti i tentativi di detronizzarlo da parte del digitale»



magari anche mutando forma e integrandosi con i libri fisici, per molti anni ancora il libro sarà prevalentemente l'oggetto che conosciamo». Mauri: «Il libro di carta ha attraversato egregiamente tutti i tentativi di detronizzarlo da parte del digitale, a differenza di musica e film, così come è sopravvissuto alla radio, alla tv, ecc. Il libro di carta resta lo strumento preferito dai lettori, ma gli altri formati digitali possono essere comodi in situazioni particolari, perciò ben vengano».

L'ultimo anno e mezzo ha visto un andamento altalenante del bene-libro. La domanda era calata nel 2020, nell'inverno è risalita grazie alle riaperture dei negozi e al sistema delle consegne a domicilio (Amazon in particolare). Che rapporto immagina in questo triangolo editore-li-

braio-venditore a domicilio, e che ruolo hanno i punti di distribuzione e vendita alternativi alle librerie (supermarket, autogrill, edicole)? Selva: «Guardiamo alla fisiologia dei vari canali di vendita: non fanno lo stesso mestiere. Solo con la loro totalità si raggiunge la normalità dell'accesso al libro. Sappiamo che quello del libro è un mercato governato dall'offerta e che necessita anche dell'esposizione fisica. I canali alternativi garantiscono l'esposizione dell'oggetto fisico anche dove la libreria non c'è; magari riguardano lettori più occasionali, ma non per questo meno fondamentali». Sellerio: «Oltre ad Amazon anche molte librerie indipendenti si sono impegnate per raggiungere i clienti a casa, dimostrando creatività imprenditoriale. Le grandi aree hanno retto bene, le edicole hanno subito una forte riduzione nel numero, e gli autogrill sono stati penalizzati dal covid, ma mi sembra si stiano riprendendo. Io sono favorevole a che i lettori possano incontrare i libri nel modo più facile, mi è sempre piaciuto vedere dei libri nei carrelli della spesa insieme alle confezioni di spaghetti. In un mondo ideale, e-commerce, librerie di catena, indipendenti, grandi aree e edicole dovrebbero convivere. Bisogna preservare questo ecosistema ed evitare che un canale mangi gli altri».

Gli editori presenti al conve-

gno non portano dati di vendita. Ma c'è una buona notizia per il 2021: secondo l'analisi periodica che l'Associazione Italiana Editori (Aie) realizza in collaborazione con Nielsen, nei primi nove mesi dell'anno il mercato di varia, ovvero libri di fiction e non fiction venduti nelle librerie fisiche e online e nella grande distribuzione, vale 1.037,1 milioni di euro, in aumento del 29% sul 2020, anno della pandemia, e del 16,2% rispetto al 2019.



**STORIA**  
A 50 anni dalla morte di Arnoldo Mondadori (nel fotoincasso sotto: la Fondazione Arnoldo e Alberto Mondadori di Milano, assieme con la casa editrice Mondadori la sinistra, palazzo Mondadori a Segrate) organizzano un grande convegno sull'editoria di oggi e di domani a partire proprio dalla figura del grande editore. Il convegno si svolgerà oggi, 7 ottobre, per tutto il giorno e sarà visibile a tutti in diretta streaming sul canale YouTube e sulla pagina Facebook di Fondazione Mondadori