

Il grande successo della recente collana "0.99" ha acceso un aspro dibattito nel mondo dell'editoria

Il libro che costa come un caffè

«Sì, apre la strada verso la lettura». «No, così tutta la filiera ci perde»

Francesco Musolino

Parafasando il colorito gergo politico di questi tempi, in quest'ultima settimana si è abbattuto un vero e proprio tsunami sul mondo editoriale. In soli sette giorni, i 12 volumetti della collana Live, targata **Newton Compton**, hanno venduto ben 380mila copie, conquistando ben sette posizioni nella top 10, riuscendo persino a spazzare via – era ora – le "Sfumature" variamente colorate di E.L. James. Le ragioni del successo? Il prezzo prima di tutto. Bastano appena 0,99 centesimi, poco più che un caffè, per comperare uno fra questi dodici volumetti da 130 pagine che oscillano fra super-classici come Freud ("Il Sogno"), Seneca ("L'arte di essere felici") e Shakespeare ("Amleto"), e inediti italiani targati Andrea Frediani ("Il tiranno di Roma") e Marcello Simoni ("I sotterranei della Cattedrale").

Trascorsi vent'anni dai mitici "centopaginemillelire" che entrarono nelle case di tutti gli italiani, **Newton Compton** torna alla ribalta con la collana Live, soprannominata non a caso, "i libri anticrisi". «Il risultato è andato molto oltre le nostre aspettative – dichiara alla Gazzetta del Sud Raffaello Avanzini, editore di **Newton Compton** – difatti nel primo weekend ci aspettavamo di attestarci sulle 80mila copie. Il nostro consiglio ai librai è quello di porre l'espositore accanto alla cassa poiché si tratta di una vendita aggiuntiva, un passepartout verso altri libri e autori, come nel caso della Némirovski che proponiamo nella Live ma che è appena entrata nel nostro catalogo con nuove traduzioni. Abbiamo fornito un'arma contro gli ebook e al tempo stesso, con le prossime uscite, vorremmo lanciare esordienti italiani che avrebbero più visibilità che con il self-publishing».

Avanzini consegna poi alla Gazzetta l'annuncio in esclusiva delle future uscite: «Posso annunciare che in contemporanea con la Fiera del Libro di To-

rino (16-20 maggio, ndr) lanceremo altri 12 titoli, fra cui "Cuore di Cane" di Bulgakov, "Il libro del Tao", "Una stanza tutta per sé" di Virginia Woolf, "Uno, nessuno e centomila" di Pirandello e un inedito di Massimo Lugli, un giallo davvero avvincente».

La collana Live è stata premiata dall'entusiasmo dei lettori, ma ha destato polemiche nel mondo editoriale: «Questi libri non costano troppo poco, costano il giusto e renderanno solo raggiungendo le grandi tirature



che auspichiamo. La **Newton Compton** è una casa editrice indipendente, abituata a stare al centro del ring; ricordo che quando lanciammo i libri a 9,90 gli altri editori dissero che era impossibile guadagnarci ma poi lanciarono le loro collane».

Come spiegare questo successo commerciale in anni così ardui?

«Solo duro lavoro – prosegue Avanzini – seguo da vent'anni tutta la filiera del libro, dal manoscritto sino ai resi, grazie agli anni fianco a fianco con mio pa-

dre Vittorio. Conoscere il mercato a fondo è un bel vantaggio visto che molti gruppi editoriali oggi sono retti da direttori editoriali che non possono in alcun modo sostituirsi alla sensibilità dell'editore. Inoltre posso contare su un gruppo di editor giovane e agguerrito che ogni giorno affronta i numerosi manoscritti in redazione. Ma – conclude – non ci sediamo sugli allori, difatti a luglio lanceremo un'altra operazione, anche se sarà meno dirompente della collana Live».

Cosa accadrebbe se domani anche gli altri gruppi lanciasse collane editoriali ultra low-cost? Come reagirebbero il mercato e le librerie? Un dubbio che solleva Stefano Mauri, presidente e amministratore delegato del gruppo editoriale GeMS, attore di primo piano del mondo editoriale italiano: «Non credo che le classifiche di vendita dovrebbero mischiare cavalli e cavallette; dovrebbero mostrare cosa c'è di nuovo come contenuti piuttosto che sul fronte dei prezzi». Dinnanzi all'ipotesi di rincorrere i "super-economici" è categorico: «Assolutamente! Impieghiamo il nostro tempo a cercare testi di valore nel mondo, puntiamo sulla qualità, insomma. Credo – prosegue Mauri – che questa sia un'operazione da esibizionismo di classifica perché l'editore ci guadagna poco e gli altri ci perdono e basta. Il mondo dell'editoria si regge su una sorta di patto non scritto che conferisce un equilibrio delicato al settore e tutti sono pagati in percentuale, dall'autore all'editore; dunque è bene chiarire che se tutti facessero così, non ci sarebbero più librai e così scomparirebbero anche gli editori. Chiariamo – conclude Mauri – che questi libri non possono essere alternativi all'ebook poiché una piattaforma online non ha alcun costo, per cui può vendere a cifre esigue senza problemi, mentre una libreria non può permetterselo e alla fine questa operazione rischia di creare grossi danni proprio alle librerie». ◀

Carrellata di pareri tra Calabria e Sicilia Ma i librai vorrebbero altre risposte alla crisi

Ma i librai, che giorno dopo giorno si barcamenano fra libri e clienti, cosa ne pensano del profilo ultra lowcost intrapreso dal mercato editoriale? I libri a 0,99 centesimi proposti da **Newton Compton** rappresentano un'opportunità per avvicinare nuovi lettori, uno strumento contro la crisi o piuttosto sono equiparabili ad un gadget, alla pari dei prodotti no-book che stanno invadendo le librerie come risposta al calo dei consumi?

«Questi libri non sono certo la risposta alla forte crisi che stanno attraversando le librerie – afferma Marcello Furriolo, titolare della libreria **Book & Look di Catanzaro** – Senza dubbio è un'iniziativa dirompente, capace di avvicinare nuovi potenziali lettori, soprattutto giovani, ma senza una legge che tuteli le librerie, costrette a barcamenarsi fra costi che lievitano e ricavi che crollano, difficilmente ne verremo fuori indenni». Sulla medesima posizione Gioacchino Tavella, titolare della **Tavella di Lamezia Terme**: «Il vero problema è la svalutazione del libro come prodotto intellettuale. Spero vivamente che questi libri della collana **Newton Compton** possano essere un prodotto civetta, aiutando soprattutto quei lettori che stanno pagando la crisi economica ma non vogliono rinunciare alla lettura».

Oltre il 90% delle librerie nel Centrosud ha aderito alla collana Live ma fra questi non figura la libreria **Ubik di Cosenza**. «No, non abbiamo aderito alla campagna, del resto come avremmo potuto farlo? Non esiste alcun margine di guadagno per il librario – afferma il titolare, Gianni Oliveri – In Italia pesa fortemente la mancanza di una vera politica culturale e queste promozioni non aiutano né la lettura né i librai, sono operazioni pubblicitarie fini a se stesse». Viceversa la libreria **Mondadori di Vibo Valentia** ha aderito, con entusiasmo e qualche perplessità, come spiega la proprietaria, Stefania Mobilio: «È un'operazione commerciale carina, però è molto pericolosa poiché toglie mercato agli altri titoli tascabili che si rivelano decisivi per il fatturato delle librerie». Anche nella libreria **Nuova Ave di Reggio Calabria** i libri a 0,99 non mancano: «Indubbiamente sono un veicolo culturale ma non aiutano in alcun modo il fatturato – afferma Fabio Saraceno, il nuovo

direttore – e per tale motivo, appena terminati, non li riassortiremo e aspetteremo le prossime nuove uscite».

Passato lo Stretto di Messina, la situazione non cambia. «I titoli sono stati scelti con grande cura – afferma Alessandra Morace, direttrice della libreria **Mondadori di Messina** – per questo abbiamo aderito ma ci auguriamo che resti un fenomeno circoscritto. Sarebbe bello che i libri ultra-economici attraessero nuovi potenziali lettori e questi migrassero, poi, verso prodotti di qualità superiore». Più ampia è la considerazione effettuata da Daniela Bonanzinga, titolare della libreria **Bonanzinga di Messina**: «La carta stampata sta attraversando una fase terribile e non ne intravedo la fine però questa collana **Newton Compton** ripropone lo schema dei centopaginemillelire di vent'anni

«Leggeteli e lasciateli su una panchina: faranno da esca per nuovi lettori...»

fa. È un fenomeno nuovo e serve prudenza nel giudicarlo, ma francamente non credo sia un prodotto che possa distrarre l'acquirente dall'acquisto di un libro e sarebbe insensato che un librario li spingesse autonomamente».

Assai più guardinga, invece, è la posizione di Nino Crapanzano, proprietario della libreria **Ciofalo di Messina**: «Il costo di ogni singolo volume è il medesimo a prescindere dal loro prezzo di vendita al pubblico, per tale motivo ho deciso di non aderire a questa collana ultra economica. Non credo – prosegue Crapanzano – che questi libri possano portare nuovi lettori e più in generale non vedo come questa continua politica di sconti possa portare benefici alle librerie».

In questa carrellata di librai calabro-siculi, l'atteggiamento più flemmatico è senza dubbio quello di Salvo Trimarchi, direttore della **Feltrinelli Point di Messina**: «I libri a 0,99 centesimi? Un invito alla lettura ma in perfetto stile **Newton Compton**. È quasi una vera e propria provocazione. Personalmente, consiglio di leggerlo per poi lasciarlo su una panchina o nello studio del medico. Magari chi lo troverà, incuriosito, entrerà in libreria...». «(m.f.)

Se piccolo è ancora bello, da Catullo a noi

Un'operazione “sentimentale”

Patrizia Danzè

Piccolo è bello. «A chi darò questo libretto ben levigato, nuovo, leggiadro?» L'incipit dei versi del bellissimo liber di Gaio Valerio Catullo, il grande poeta latino che così esprimeva la novità poetica dell'opera “piccola” e raffinata, sembra venirci in aiuto per riflettere sulla freschissima (nel senso sia cronologico che formale del termine) operazione editoriale avviata di recente dalle edizioni **Newton Compton**.

Pare, infatti, che Catullo volesse proprio suggerire il piacere provato da lui stesso e dal destinatario della sua opera ad avere tra le mani un libretto maneggevole, elegante, un *volumen* ben rifinito che univa il *lepos*, la grazia dello stile, al *labor*, al lavoro di lima e alla *doctrina* dell'autore. Un prodotto perfetto, in qualche modo.

Adesso il “libretto leggiadro”, piccolo e bello, che non rinuncia a un'oncia di dottrina, lanciato sul mercato non supera le 130 pagine ma è soprattutto il prezzo speciale, 0,99 centesimi, meno di un caffè, meno di un croissant, che accresce il fascino dell'oggetto. Che non è di per sé sconosciuto, se tornando indietro nel tempo si pensa ai libretti della “Biblioteca dei curiosi” o della “Biblioteca del Popolo”, diffusi per un'operazione di “propa-

ganda di cultura” o “d'istruzione” – con l'avvertita dicitura «ogni volumetto una lira», «20 centesimi al volume» – da alcune case editrici romane e milanesi degli anni Trenta del Novecento (dall'Anonima Romana editoriale all'Edoardo Tinto editore a Sonzogno).

Minuscola ed elegante anche la collana “Vetrina minima” della Bottega dell'Antiquario, editrice romana degli anni Quaranta, poi seguita dalle edizioni Cisalpino La Goliardica della Hoepli; in entrambi in casi si voleva suscitare interesse e invitare alla lettura scommettendo sul piccolo ed economico di «opere rare e quasi introvabili».

Si sarebbe arrivati quindi negli anni Novanta ai tascabili economici **Newton** che in 100 pagine a 1000 delle vecchie lire (che comunque restano la metà di 0,99 centesimi, che sono quasi duecento lire...) diffondevano il sapere.

E allora, piccolo è ancora bello, se in cambio di una sola moneta ti ritrovi tra le mani un vero tascabile che ridà dignità ad un cartaceo dolce al tatto, ecologico (stampato su carta prodotta usando materie prime naturali, rinnovabili e riciclabili, ottenute da foreste gestite in modo sostenibile), *lepidus* sin dalla copertina, lucente e colorata.

Un'operazione “sentimentale” che, se pur tra le cassandre e i cinici insiste sul low cost, scommette provocatoriamente, ancora, sulla cultura. ◀

