

Piccoli editori

di Dario Moretti

Di piccoli editori si iniziò a parlare come di una specie nuova nell'evoluzione dell'editoria italiana contemporanea intorno al 1988-89. Un vero boom, per numero di nuove piccole case editrici ma soprattutto per aggressività/entusiasmo dei protagonisti.

L'editoria libraria aveva iniziato nel decennio immediatamente precedente una traversata parecchio burrascosa alla ricerca di un nuovo equilibrio. Passaggi di proprietà e scalate, ma contemporaneamente anche trasformazioni tecnologiche (dalla composizione "a caldo", in caratteri di piombo, a quella "a freddo", sui computer). Gli effetti combinati dell'una e dell'altra trasformazione portarono direttamente a una rivoluzione della struttura produttiva: riduzione del numero dei marchi editoriali autonomi, "esternalizzazione", cioè espulsione dalle strutture interne delle aziende di funzioni redazionali e tecniche; trasformazione progressiva delle redazioni interne in smilzi centri di coordinamento.

Da un lato la casa editrice, anche grande, appariva concettualmente un cervello che poteva di volta in volta trovare sul mercato gli arti e gli organi più adeguati, in condizioni di flessibilità prima impensabili (il servizio di correzione di bozze o di stampa oggi lo affitto; se domani non mi serve più, lo lascio senza perderci nulla). Dall'altro lato la digitalizzazione dei processi di produzione del libro apriva l'inebriante prospettiva di ottenere con poca fatica, grazie alle macchine, una serie di prestazioni specializzate costose che avevano richiesto fino ad allora un laborioso coordinamento: con il computer, che ormai costa poco, si scrive, si correggono le bozze, si trattano le immagini, si impagina... E il computer ogni ragazzo ormai lo sa usare...

Incrociate queste circostanze materiali con un paio di luoghi comuni ideologici da tempo latenti (1. "I grandi editori sono preda del marketing, che deprime la qualità a favore del fatturato". 2. "Oggi, con le fusioni, rischiamo il livellamento al basso dei contenuti") e avrete un boom di piccoli editori. Tra sarcasmo e affetto, di molti neoeditori di questa prima ondata si potrebbe dire che volevano portare la fantasia al potere a cavallo di un PC.

Ma gli scogli contro cui la prima ondata si infranse furono molteplici. Primo errore a dare effetti visibili fu l'ingenuità della concezione, davvero poco moderna, secondo cui la macchina è di per sé intelligente; mentre ogni macchina richiede di riformulare la professionalità di chi la usa e i suoi rapporti con le altre professionalità in gioco. E quindi, almeno in una fase iniziale, dà all'impresa che la adotta più da fare di quanto non gliene risparmi. Nella prima metà degli anni novanta i lettori più appassionati ed esigenti dovettero per esempio constatare con orrore un incremento verticale del tasso di refusi, in particolare nei testi pubblicati da piccoli editori. La causa stava probabilmente nel fatto che i redattori esperti erano troppo anziani per imparare a usare bene il computer (almeno dal punto di vista della professionalità editoriale specifica), mentre i giovani redattori non avevano più chi li formasse (né l'apprendistato nelle grandi case editrici, né corsi professionali dedicati a loro). In generale i piccoli editori si accorsero che essere piccoli non voleva dire potersi far da sé libri e riviste di lucida intelligenza, come tanti piccoli Karl Kraus, ma dover dedicare impegno alla noiosa corvée del procurarsi servizi a prezzo sostenibile; dove i servizi di qualità – di traduzione, di redazione, di grafica, di stampa e soprattutto di distribuzione – non erano poi così a buon mercato come si era supposto.

Ma lo scoglio più duro fu la scelta del mercato di riferimento, necessariamente di nicchia e quindi con poca tolleranza per gli errori: quando l'intuito, più che imprenditoriale, era intellettuale, capitava

che si scambiasse il valore culturale di un microsegmento di mercato per un valore economico consistente; e cioè che si pubblicassero libri stupendi (nonostante il refuso) che non vendevano abbastanza da pagare non dico i sacrosanti diritti all'autore, ma il conto allo stampatore. Mancò la fortuna, non il valore (come a El Alamein...).

I più cinicamente realistici tra gli osservatori di quegli anni affermavano che gli unici piccoli editori di valore erano quelli che non volevano restare piccoli. Che cioè accettavano la logica d'impresa della crescita continua della propria quota di mercato, pena l'indebolimento e la sparizione; che non si accontentavano di aver scovato un segmento di successo ma pensavano a espandersi con intelligenza su altri segmenti affini; che, come qualunque editore in qualunque epoca, non si limitavano a pubblicare solo i libri che piacevano a loro.

A che punto siamo oggi? I sogni, specie quelli culturali, sono duri a morire, e forse proprio questo è il motivo per cui in Italia un terzo delle 4226 case editrici esistenti non pubblica nemmeno un titolo l'anno. Editori virtuali, *ad honorem*. In compenso il contesto è cambiato, fino a prendere il segno opposto: l'alfabetizzazione informatica dei giovani e dei meno giovani è una realtà quotidiana (anzi occorre provvedere quanto prima all'alfabetizzazione in termini di consueta grammatica e ordinaria sintassi di chi si occupa di prodotti per il web). L'università forma professionisti specializzati per l'editoria (anzi c'è chi si domanda a bassa voce, per non creare panico, quale sbocco avranno sul mercato del lavoro). E anche i piccoli editori sono cambiati parecchio.

Più di 1400 editori italiani pubblicano da 1 a 10 titoli l'anno, e sono quindi piccolissimi, ma li vendono per oltre il 50 per cento in libreria, il che significa che si sono creati canali consolidati per arrivare al pubblico. Che abbiano costituito un proprio gruppo all'interno dell'Associazione italiana editori, mai vista come nemica ma in passato spesso tenuta a distanza come portatrice in prevalenza degli interessi dei grandi editori, è anch'esso un buon segno: le soluzioni possono essere diverse per diverse dimensioni di impresa, ma gli strumenti conoscitivi e organizzativi – e soprattutto la cultura d'impresa – sono comuni a grandi e piccoli.

In fondo perché non vedere il fenomeno delle piccole e medie case editrici come un aspetto settoriale della fisionomia generale dell'industria italiana? L'Italia è in larga misura un sistema di piccole e medie industrie, che funzionano molto bene non sulla potenza produttiva, ma sul contenuto di conoscenza che mettono nei loro prodotti: di Ferrari se ne costruiscono relativamente poche, ma funzionano benissimo. Il punto di forza italiano sta sempre nel coordinamento intelligente delle risorse invece che nella loro abbondanza. Tant'è vero che allo slogan del *Made in Italy*, "prodotto in Italia" si sta sostituendo quello del *Designed in Italy*, "progettato in Italia", cioè pensato in Italia. E quale impresa più di una casa editrice si fonda sui contenuti intellettuali? In un panorama editoriale stabilizzato come ormai pare il nostro, ai piccoli editori – anche a quelli che vogliono restare piccoli – si apre un territorio fertile, purché si dia loro modo di utilizzare con efficienza i canali distributivi e di sviluppare attività come la comunicazione e la promozione, di cui tradizionalmente, per mancanza di risorse o per disattenzione, non si sono mai occupati. Di contenuti, nei cataloghi dei piccoli editori, non ne mancano certo.

Il Melograno

di Tommaso Avagliano

Anno dopo anno, l'arboscello del "Melograno" rinvigorisce e si copre di frutti sempre più copiosi, spiccando a guisa di emblema sulla bandiera di un'arrischiata avventura editoriale, cominciata con pochi mezzi e molta passione in una piccola città meridionale.

Dal Luigi Bartolini di *Ragazza caduta in città* (1995) a Lontano di Goffredo Parise (2002) sono trenta i titoli usciti finora nella collana diretta da Michele Prisco per la mia casa editrice. Il racconto dello scrittore e incisore marchigiano era accompagnato da un breve e succoso scritto introduttivo di Lalla Romano, che senza conoscermi aveva accettato di tenere a battesimo il nuovo progetto.

È stata la fiducia di Michele Prisco, del quale sarebbe apparso come numero tre della collana il bellissimo *Inventario della memoria*, unita a quella di Lalla Romano e di tanti altri autori, studiosi e critici letterari, a permettermi di allineare in questi anni, uno dopo l'altro, i testi "d'invenzione, di riflessione e di memoria" di alcuni tra i principali scrittori italiani fra Otto e Novecento: da Leonardo Sinigaglia a Piero Chiara, Mario Pomilio, Gesualdo Bufalino, Eduardo De Filippo, Domenico Rea, Franco Lucentini, Luigi Compagnone, Giuseppe Marotta, Clotilde Margheri, passando per Edmondo De Amicis e Gaetano Carlo Chelli, Matilde Serao e Emilio De Marchi, fino a

Ercole Patti e Ugo Ojetti.

I modelli cui mi ispiravo erano due collane illustri: "La Memoria" e "Centopagine", inventate e dirette rispettivamente da Leonardo Sciascia per Sellerio e Italo Calvino per Einaudi. I trenta titoli finora pubblicati (ma altri sono in arrivo) mi consentono di fare un rapido bilancio del lavoro compiuto. Confesso che nelle scelte che via via andavamo facendo con Prisco, mi sono sempre lasciato guidare dai miei gusti di avido lettore adolescente, maturato grazie alle pagine degli scrittori di cui di volta in volta mi innamoravo. Due nomi, fra tutti, mi sono particolarmente cari: quelli di Gesualdo Bufalino e Franco Lucentini, finiti entrambi tragicamente, purtroppo, ai quali va la mia riconoscenza e il mio rimpianto.

Com'è nato questo titolo, "Il Melograno"? Qualche anno prima di varare la collana, avevo letto un articolo di Antonio Faeti, che rievocava un'analogia iniziativa editoriale del passato, e si augurava che qualche editore di buona volontà la riprendesse, lamentando che andassero di giorno in giorno scomparendo dalle librerie le opere di autori italiani, recenti e meno recenti, che nulla avevano da invidiare agli stranieri. La collana a cui Faeti faceva cenno si chiamava "Il Melograno". Fu facile dunque per me ricordarmene quando con Michele Prisco si decise di iniziare questa avventura, e proporgli il nome dell'albero caro a Cerere.

Un nome fortunato, come si vede, e che promette di accompagnarci ancora per molti anni. Sono tante le pagine di scrittori famosi e meno famosi degli ultimi due secoli che abbiamo in animo di riportare all'attenzione dei lettori d'oggi, insieme a quelli di autori contemporanei. E non è detto che, prima o poi, non si decida di allargare gli orizzonti e, passando le colonne d'Ercole, procedere verso altri territori narrativi.

