

# Il martedì nero dell'editoria italiana

Innocenzo Pontremoli

La via italiana alla “liberalizzazione” del prezzo di vendita dei libri, se indubbiamente presenta un vantaggio per il consumatore che acquista al supermercato opere effimere e di grande consumo, consolida tuttavia definitivamente il potere di 3-4 maggiori editori e delle 2-3 società di distribuzione libraria. Le scelte commerciali non lasciano spazio alle opere di maggior spessore culturale, per altro già stroncate dalla diffusione delle fotocopie, che hanno annientato il mercato dell'editoria scientifica universitaria. Al contempo scompare la libreria tradizionale, sostituita dai punti vendita delle catene che fanno capo ai medesimi maggiori editori.

Il 12 giugno 2007, contro il parere del Governo, la Camera dei Deputati ha approvato un emendamento proposto dall'onorevole Della Vedova, che prevede la liberalizzazione dello sconto al consumatore finale sui libri prodotti da meno di due anni. Attualmente l'articolo 11 della Legge 621/2001 fissa il limite del 15% del prezzo di copertina (singolarità italiana: per non prendere decisamente posizione sul tema, si optò per una misura ibrida; nei paesi europei, e sono la maggioranza, in cui vige un limite di sconto, esso è fissato in genere tra lo 0 e il 5%).

Nella stessa seduta, e sempre con parere contrario del rappresentante del Governo, la Camera approvava pure tre ordini del giorno, di analogo contenuto, ma proposti da parlamentari appartenenti a schieramenti contrapposti, tra cui Folena, allora Presidente della Commissione Cultura della Camera, e Maroni, che impegnano il Governo ad *«adottare le opportune iniziative normative volte a modificare la disciplina del diritto d'autore e che prevedano, tra l'altro, l'abolizione delle sanzioni penali per la condivisione della conoscenza (sic!), in particolare attraverso le reti di telecomunicazione, nonché la liberalizzazione (corsivo mio) della copia per uso personale delle opere dell'ingegno...»*.

Sono vere liberalizzazioni? O il termine è abusato?

Credo che per rispondere in modo serio e responsabile verso il paese e verso settori industriali che hanno in sé peso economico, produttivo, occupazionale non marginale, ma che soprattutto, in particolare nell'ambito dell'editoria libraria, hanno un impatto determinante nella formazione dell'opinione pubblica, nella libertà concreta di manifestazione del pensiero, nel libero confronto di idee e nella costruzione del “capitale umano” di una nazione, ci si debba rapportare non ad astratti principi, simili a vessilli che sventolano nel vuoto, ma alla realtà concreta e all'impatto che, con tutta evidenza, su di essa determinerebbero. Il resto è ideologia, che non raramente accompagna l'affermarsi di ben identificabili interessi.

## *Emendamento Della Vedova*

Per giudicare allora dell'emendamento Della Vedova, occorre partire dallo stato dell'editoria libraria italiana.

Doveroso, e non rituale, il richiamo agli indici di lettura che ci pongono agli ultimi posti dei paesi sviluppati, ma ancor più doveroso richiamare un dato molto meno noto, relativo allo spaventoso divario negli indici di assorbimento, ben superiore a quello reddituale, esistente tra Nord e Sud, tale per cui Milano, da sola, vale più di tutto il Sud, isole comprese.

Questa la fotografia a grana grossa del mercato, che negli ultimi decenni non ha subito sostanziali modifiche se non negli assetti e nel peso relativo dei canali. Qui, in ordine cronologico sparso, si sono manifestati tre fenomeni di grande impatto: l'irrompere sulla scena dei libri allegati a periodici, la nascita e l'affermarsi dei cosiddetti canali alternativi (Gdo, Autogrill ecc.), l'inarrestabile sviluppo delle catene di librerie.

## *Allegati collezionabili*

La piuttosto recente "invenzione" (meglio sarebbe dire la reinvenzione, ricordando le iniziative dell'Unità veltroniana. Ma le differenze, che qui non abbiamo spazio per dettagliare, tra ora e allora, sono enormi) del libro allegato ai periodici, fenomeno ora apparentemente in flessione, ha mutato per certo tempo il profilo dei canali: settanta milioni di libri venduti ogni anno in edicola rappresentano più della metà del totale delle copie vendute dai canali tradizionali nel settore "non funzionale" (cioè dei prodotti a cosiddetta fruizione letteraria). L'enorme massa di prodotto che si è riversato nelle case degli italiani non pare, però, aver modificato significativamente gli indici di lettura (si stima l'1%), nonostante la buona fattura e la spesso ottima scelta dei titoli, né inciso in modo importante sui canali tradizionali. Si confermerebbe, così, la tesi secondo la quale si tratta di opere destinate non a essere lette, ma unicamente collezionate, e che, una volta riempito il mediamente limitato spazio per i libri delle case degli italiani, il fenomeno sarebbe declinato.

## *Il libro nel supermercato*

Accolta con un certo sussiego e con un che di disgusto (ricorderete le polemiche su libri e bistecche nel carrello della spesa) dalla nutrita schiera degli aristocratici pessimisti, ben diversa stabilità e importanza, segnatamente per alcuni editori, hanno assunto i cosiddetti canali alternativi, marcatamente i supermercati e la Gdo in generale.

Iniziato in sordina, sottotraccia, nei lontani anni '80, il canale si è sviluppato in modo tumultuoso e oggi conta circa 2.500 punti vendita, con un volume d'affari imponente. Vari i fattori di sviluppo: la comodità per il cliente, l'inesistenza delle barriere psicologiche che spesso il lettore medio o debole avverte associate alla libreria tradizionale, l'uso accorto di efficaci strumenti di marketing ecc. Ma soprattutto gli sconti.

Di scarso peso nella determinazione della marginalità di un supermercato, il libro, prodotto con un prezzo di listino ben visibile stampato sulla quarta di copertina, ha svolto per lungo tempo la funzione di "specchietto per le allodole": lo sconto al pubblico gridato sul punto vendita serviva a convincere il cliente della convenienza di quel supermercato per le altre merceologie, ed era talmente elevato da superare spesso lo stesso sconto d'acquisto medio di una normale libreria (si narra di librai costretti a comperare al supermercato i libri per i loro clienti abituali...).

Che cosa consentiva alla Gdo di praticare tali sconti? Un motivo è ben evidente nella funzione strumentale del prodotto e nella conseguente spinta all'enfaticizzazione dello sconto finale a scapito della marginalità. Tuttavia, a mio avviso, almeno altri due fattori hanno avuto peso determinante: il primo è lo sconfinato potere contrattuale delle catene di supermercati verso gli editori, sempre alla ricerca di dare dimensione e redditività industriale a un prodotto tradizionalmente povero come il libro, attraverso il reperimento di nuovi canali; il secondo è un insieme organico di sottofattori, che possiamo chiamare disintermediazione (acquistare il più vicino possibile al produttore), esternalizzazione (non gestire ma far gestire, fungendo sostanzialmente da locatori di spazi commerciali interni al *layout* tradizionale), massificazione (pochi titoli ad alta rotazione).

Facendo un balzo all'oggi, possiamo riscontrare le conseguenze di queste scelte originali sia sull'assetto della filiera, che è piuttosto atipico e sostanzialmente privo di corrispondenze nei paesi occidentali o perlomeno europei, sia sugli assortimenti.

Attualmente due sole società gestiscono l'enorme mercato: Mach2 (70%) e Opportunity (30%). Già questo assetto, in un paese liberale, porrebbe qualche quesito, soprattutto in un settore che, eufemisticamente, si può definire "sensibile".

Le cose si complicano se si considera l'assetto proprietario: Mach2 è quasi pariteticamente posseduto da De Agostini, Mondadori, Rizzoli e, sino a non molto tempo fa, Gems; Opportunity è interamente posseduta da Gems che, fuor di acronimo, significa gruppo Mauri-Spagnol, ovvero Longanesi, Guanda, Salani, Corbaccio ecc., per le sigle editoriali, oltre alle Messaggerie Libri (il principale distributore italiano), ai vari grossisti Fastbook, a Internetbookshop (operatore principale dell'e-commerce).

Pure gli assortimenti, cioè la concreta offerta all'interno della quale l'ignaro lettore si illude di poter scegliere liberamente, sono in realtà dettati pressoché meccanicamente dalle scelte gestionali originali e dall'assetto assunto dalla filiera: i titoli tecnicamente disponibili in Italia sono circa 500.000, con oltre 40.000 novità all'anno; l'assortimento di una media libreria giunge ai 20-30.000

titoli; la dotazione standard di un supermercato varia da 500 a 1.500 titoli. Quali? Quelli che possono essere scelti centralmente da due *buyer* che, da soli, definiscono un'offerta riprodotta senza varianti su 2.500 punti vendita. Titoli *mass market*, i best seller del momento (spesso preventivamente definiti tali: profezie che - di regola - si autoavverano) possibilmente, per non dire esclusivamente, prodotti dalle sigle editoriali che detengono la proprietà della filiera. Dalla posizione dominante all'abuso di posizione dominante? Certo, uno splendido esempio di concentrazione orizzontale unito all'integrazione verticale.

Questo il quadro su cui è intervenuta la Legge 621/2001 che ha posto un limite allo sconto. Intervento illiberale? Retrogrado? Ne dubito, in relazione ai risultati: i prezzi dei libri sono rimasti stabili, con incrementi sotto il tasso di inflazione, la Gdo non ne ha sofferto e le librerie indipendenti hanno in parte rallentato il loro declino, altrimenti rapido e drammatico. D'altro canto, l'esperienza dei paesi che hanno liberalizzato lo sconto mostra una dinamica esattamente opposta: in Inghilterra, ove vige la libertà totale di sconto, il prezzo medio effettivo ha subito un'impennata, mentre altri paesi ad alto e qualificato consumo culturale, vedi la Francia, il cui assetto dei canali non è certo caratterizzato da immobilismo, non ha mai avuto all'ordine del giorno la revisione della "Legge Lang" che fissa lo sconto massimo al 5%.

## *Le catene*

Oltre che da Mach2, l'opposizione più robusta al limite di sconto è giunta dalle principali catene di librerie (anzi, all'epoca, dalla principale), con qualche esitazione e alcuni balbettii, frutto dell'incertezza sugli esiti effettivi delle dinamiche in atto sui canali. La ragione, anche in questo caso, era molto chiara: forti della capacità contrattuale verso gli editori e gli intermediari commerciali, tali da consentire alle catene di acquistare con dilazioni di pagamento lunghissime e a condizioni mediamente migliori del 40-50% rispetto alle librerie non di catena, potevano permettersi di ribaltare sul cliente finale sconti irraggiungibili per la libreria indipendente. Fattore competitivo di non poco conto.

Oggi il 50% del mercato non funzionale o didattico è intermediato da librerie di catena (Feltrinelli, Mondadori Franchising, Giunti al Punto e poco altro); circa il 30% è di pertinenza della sola Feltrinelli (con vari format). Feltrinelli che, in alcuni segmenti, e in particolare nella saggistica di fascia alta, detiene il 50%. Come dire che Feltrinelli decide del successo o dell'insuccesso della stragrande maggioranza dei libri di saggistica, quale che sia la sigla editoriale sotto cui il titolo compare.

Quindi il limite non ha funzionato sul versante della difesa delle librerie indipendenti? Facile rispondere che non vi è controprova e che, senza questa pur non irresistibile barriera, le dinamiche sarebbero state più veloci e cruento. Certo è che una libreria che compra con uno sconto effettivo del 27-28% in ogni caso difficilmente può reggere uno sconto del 15% praticato alla clientela.

## *Un futuro auspicabile?*

È un bene o un male che i canali alternativi siano monopolizzati da due operatori e che le librerie indipendenti si avviino progressivamente all'estinzione? Le ragioni del cuore non hanno dubbi. Ma anche la testa ha le sue ragioni e non sono molto diverse. Mi spiego caricando i toni, ma non distanziandomi troppo dalla realtà. Tra poco tempo potremmo vivere (vivremo, a dinamiche costanti, e in buona parte già viviamo) in un paese in cui cinque persone (cinque!) decidono che cosa possiamo o non possiamo leggere: i *buyer* di Mach2 e Opportunity, circa 2.500 punti vendita; Librerie Feltrinelli (gli acquisti sono già in buona misura centralizzati), circa 100 negozi, molti di grandi dimensioni; Giunti al Punto, circa 200 in forte espansione; Mondadori Franchising, obiettivo a breve oltre 300.

Ma vi è altro. Le filiere si sono ormai strutturate a misura di prodotto da *mass market*: nessun libro che non aspiri ai grandi numeri, se anche fosse accolto, può già ora materialmente accedere, viste le insostenibili condizioni imposte, alle librerie di catena. Il che significa la saggistica alta, il prodotto sperimentale o di nicchia, l'opera controcorrente. Tanti Totti e nessun Habermas.

Si dirà che, comunque, la concentrazione è un fenomeno fisiologico, inarrestabile, che riguarda tutte le realtà economiche evolute e tutti i settori. Bene. Resterebbe da spiegare se è altrettanto fisiologico che nel nostro paese concentrazione e integrazione verticale vadano di pari passo (tutte le catene sono di sigla editoriale: una vera e propria privatizzazione delle filiere) e se un prodotto come il libro, fonte e ancoraggio di libertà, meriti o no un occhio di riguardo. Senza piagnistei e corsie preferenziali. Semplicemente garantendo il libero e corretto funzionamento del mercato.

## *Le mozioni Folena-Maroni. Ovvero: siamo tutti Rom*

Nel consesso internazionale l'Italia si distingue per essere uno dei paesi con il più alto tasso di pirateria intellettuale. Da quando esiste, l'associazione internazionale della proprietà intellettuale (IIPA) ci ha sempre assegnato un'"ottima" classifica. In Europa, oggi, stiamo gareggiando strenuamente con la Romania.

Per gli estensori delle mozioni approvate nel "martedì nero" alla Camera, probabilmente questo è indice di libertà. Talmente significativo da meritare incentivi e cornici legislative cogenti. Anzi: liberalizzanti.

Ma è vera libertà?

## Due passi indietro

Opinione comune, ampiamente diffusa e alimentata da fior di editorialisti e penne sottili, è che il diritto d'autore, o *copyright* nella versione anglosassone, sia un residuo feudale e che il superamento di questa ignobile barriera alla libera circolazione di idee, informazioni, libri, musica, film, contenuti in genere possa dischiudere cieli nuovi e terre nuove.

Convergono ad alimentare questo senso comune due distinti plausi, uno aperto e dichiarato, l'altro necessariamente più prudente e schivo, ma molto efficace.

Il primo appartiene a sessantottardi impenitenti, a "comunisti digitali" che, non potendo più sostenere apertamente che la proprietà è un furto, pensano di farla franca, aggiungendo l'aggettivo "intellettuale" al sostantivo proprietà.

Il secondo rispecchia formidabili interessi che, senza scomodare la Cina, manifattura del mondo e fucina di mille contraffazioni, si alimentano di pirateria, gestendo reti di comunicazione o producendo apparecchiature di riproduzione. Ovviamente il livore anti-proprietà intellettuale di questi ultimi si ferma sulla soglia di marchi (i loro) e brevetti (*idem*).

Sui secondi nulla da dire: fanno i loro interessi, magari giocando un po' sporco, ammantando questi loro interessi terra terra, con siderali utopie.

Diverso è il caso dei primi. Qui direi che si conferma il fatto che vivere, per esempio, di fotocopie, genera lacune culturali imbarazzanti. Soprattutto nella conoscenza della storia, oltre che della banale realtà dell'oggi.

La tutela di quella che fu definita "la più sacra e preziosa delle proprietà" è un istituto recente, giunto buon ultimo nella storia del diritto in confronto con quella degli altri beni, e si accompagna, non a caso, all'affermarsi della modernità: Inghilterra 1709; Francia 1793, in pieno regime rivoluzionario; Italia (governo rivoluzionario piemontese) 1799, portata dallo zaino dei soldati di Napoleone. Al 1840 risale l'accordo internazionale tra Stati Sardi, Austria, Granducato di Toscana (quest'ultimo, si sa, sentina di ogni reazione), che consentì al Manzoni di promuovere una celebre causa contro un editore fiorentino che aveva pubblicato senza autorizzazione, e senza pagare diritti, *I promessi sposi*.

Dove sta il privilegio da *ancien régime*?

## Proprietà, mercato, libertà

La faccenda è, in realtà, molto semplice e può essere sintetizzata in poche parole: non c'è libertà senza mercato; non c'è mercato senza proprietà. La tutela della proprietà intellettuale, il diritto di copia sono la preconditione per l'esistenza di un mercato dei contenuti e, in assenza di mercato, non vi è spazio per la libertà, libertà di espressione, di dibattito, di critica, di confronto. L'alternativa vera, al di là delle pie illusioni delle anime belle foriere del *copyleft*, è la censura preventiva e *soft* del principe, comunque travestito.

## *L'agonia delle filiere indipendenti*

Di Maroni e Folena si potrebbe dire “vile, tu uccidi un uomo morto”. Se il governo desse seguito alle mozioni del “martedì nero”, oltre alla crisi delle relazioni internazionali del paese (si violerebbero robuste norme comunitarie e i trattati WTO dedicati alla proprietà intellettuale, i cosiddetti Trips), ma soprattutto si consacrerebbero ruberie che pesano come un macigno sugli assetti dell'editoria italiana e di tutti i produttori di contenuti.

Stime molto prudentziali valutano in circa 350 milioni di euro all'anno il danno da pirateria per l'intera filiera editoriale, distribuito non equamente, ma concentrato negli ambiti scientifici, universitari, professionali. Si tratta di un danno di proporzioni enormi, che viene ad aggiungersi alla crisi endemica di questi comparti. Un danno enorme per l'intera cultura italiana, per il capitale umano del paese.

Quanti sono ormai i laureati “*bookless*”? I futuri componenti della classe dirigente che non hanno mai aperto un libro, cibandosi durante il corso degli studi di fotocopie rubacchiate? Potranno mai costoro trovare albergo nella “società della conoscenza”, quella che obbliga all'aggiornamento, alla formazione continua? Potranno mai diventare lettori di libri, contribuire all'innalzamento di quell'indice che segna la differenza tra un paese avanzato e civile e un paese arretrato?

E non a caso, nel silenzio più assoluto, interi pezzi dell'editoria italiana sono scomparsi. Estinti o fagocitati. Solo per limitarsi ai tempi più recenti: Utet non esiste più, se non come sigla; Garzanti idem; Bruno Mondadori e Paravia, uniti in Paramond, sono stati acquisiti da Pearson; Cedam è stata acquisita da Ipsos, ovvero da Kluwer; il 40% di Giuffrè è di Reed Elsevier. Più del 70% del mercato giuridico-fiscale italiano è in mani olandesi.

Non a caso: 350 milioni di euro sono il fatturato di 500 medie librerie. Quelle che mancano all'appello.