

Quanta pena l'Italia dei lettori

il salone del libro

di **Monia Cappuccini**

Letteratismo di massa, analfabetismo di ritorno: ah che pena l'Italia dei lettori. L'identikit elaborato ogni cinque anni dall'Istat, e presentato ieri al Lingotto di Torino, non lascia intravedere segnali di ripresa sul ritrovato interesse nazional-editoriale. Eppure i libri non mancano, i grandi eventi pullulano, cresciuti rapidamente negli ultimi anni fino a un totale di 260 su 365 giorni. Chi sale e chi scende, tanti libri pochi lettori. Il mercato che va in tilt. Il trend negativo sulla scarsa affezione ai libri da parte del pubblico continua la scalata verso l'alto. La percentuale è decisamente poco edificante se commisurata all'indice del livello culturale del nostro paese. Nell'ultimo anno il 60,5% della popolazione ha letto almeno un libro, altre 20 milioni e 300 mila persone non ne hanno aperto nemmeno uno. Sono soprattutto gli uomini a ritenere la lettura un'attività noiosa e per la quale non si dispone di tempo sufficiente. I libri corteggiano invece sempre più gli under 17 (malaugurato effetto Moccia!), la fascia di età compresa tra i 18 e i 45 anni intanto vola in caduta libera, tengono le donne e i cittadini del centro-nord, con Trento città capolista e la Sicilia invece fanalino di

coda nella geografia dei lettori più assidui. A guardare l'affluenza di pubblico in questi giorni dispersa (ma soprattutto spaesata) nei 51 mila metri quadrati di Fiera del Libro, l'impressione è di una realtà di tutt'altro segno. Effetto ottico da mega evento, che fa sempre massa e richiama il grande pubblico, lo stesso che nel resto dell'anno diserta senza troppi problemi le librerie. Per questo il pessimismo della fotografia scattata dall'Istat non coglie di sorpresa né mette in allarme gli editori. Soprattutto quelli medi e piccoli, abituati come sono a fare ogni mese i conti con un mercato destinato a strozzarti se sei fuori dal circuito della grande distribuzione.

«Paradossalmente - spiega Filiberto Zovico della Marsilio - il problema di ogni casa editrice, compresa la nostra, è di produrre fin troppi libri. Il nodo centrale non riguarda però solo la mancanza di investimenti pubblici ma la creazione di nuove occasioni di lettura e di comunicazione verso un pubblico di nicchia che sia il più possibile diversificato. Il mercato editoriale è come un reality-show: se non hai idee, il prodotto va in crisi e diventa ripetitivo. La grande distribuzione ha trovato il mercato per i grandi titoli, ora tocca a noi inventare nuovi canali di vendita».

«Dovrebbero essere gli editori stessi a convincere i propri autori a far vivere il libro oltre il periodo della pubblicazione, o immediatamente dopo - sostiene Caterina Grimaldi di Agenzia X - c'è bisogno di un lavoro capillare, di presenza continua nelle librerie e di scambio con i lettori. Basta con i soliti dieci autori che vanno in giro a fare le star».

Anche per Alberto Ibba delle **Edizioni Ambiente**, «una casa editrice anomala» come lui stesso la definisce, il mercato impone uno sforzo maggiore da parte degli editori. A testimonianza che le idee non mancano, l'editrice milanese alle ore 17 di oggi presenta il suo ultimo progetto,

VerdeNero Storie di Ecomafie, collana noir aperta a scrittori che traducano in chiave narrativa fatti di ecomafia raccolti dal rapporto annuale di Lega Ambiente. Hanno aderito in molti: da Massimo Carlotto a Niccolò Ammaniti, da Carlo Lucarelli a Giancarlo De Cataldo, da Marcello Fois a Simona Vinci (appena pubblicati Sandrone Dazieri, Giacomo Cacciatore, Gery Palazzotto, Valentina Gebbia).

«VerdeNero - spiega Alberto Ibba - è anche la testimonianza del fatto che manchi una politica seria e di concertazione tra Ministero dell'istruzione, dell'ambiente e della cultura, e che una strategia di sensibilizzazione culturale su temi chiave come l'ambiente venga demandata completamente all'iniziativa privata. Va da sé che solo le realtà editoriali finanziariamente sostenute riescono a stare sul mercato».

Una stoccata alla politica sulla mancanza di investimenti economici e culturali la dà anche Sergio Bianchi delle DeriveApprodi. Come si può intervenire nel settore? «Dalle premesse delle forze ora al governo ci aspettavamo quantomeno un'iniziativa di contenimento del monopolio che controlla l'accesso al mercato.

Paradossalmente se riuscissimo ad avere una situazione reale di libero mercato le vendite andrebbero meglio. Il problema come sempre riguarda la concentrazione nella mani dei grandi gruppi, il monopolio distributivo delle catene di vendita. A farne le spese è la diversità dei progetti culturali esistenti, non solo nell'editoria ma in tutti i settori». Deluso e amareggiato il commento di Sandra Ozzola delle edizioni e/o: «Ci eravamo entusiasmati al progetto del Centro per il libro, ideato dal Ministero per i beni culturali e ispirato dal modello francese. E invece proprio qui alla Fiera del libro è arrivata la doccia fredda: non ci sono soldi per la promozione della lettura».