

Cambiare tutto per non cambiare nulla?

di Luciano Simonelli

Pronti? Via! Con anni di ritardo rispetto al resto dell'Europa e del Mondo anche la "grande" editoria italiana si è resa conto che esiste quell'altra via per il libro chiamata eBook. Ed eccoli allora tutti in fila, i grandi colleghi, a buttarsi nella "nuova editoria", naturalmente con la consueta arroganza all'italiana di sempre. All'ultimo Salone Internazionale del Libro di Torino hanno fatto i grandi annunci di scesa in campo vantando tutti di essere naturalmente i primi a fare qualcosa che altri, come la mia casa editrice con eBooksItalia.com, stanno facendo già da anni. Ed eccoli ora alla Fiera Internazionale del Libro di Francoforte che dagli annunci sono passati ai fatti della reale discesa in campo. Uno fra tutti: il matrimonio della Mondadori con la neonata libreria degli eBook di Telecom. Insomma, il prossimo Natale si prospetta molto caldo sul fronte degli eBook con 4 competitor per quanto riguarda le piattaforme di distribuzione nazionale a cui vanno aggiunte le grandi librerie online che si sono aperte anche al libro elettronico, alcune cavalcando tentazioni monopolistiche distribuendo solo eBook veicolati da una piattaforma, altre più "ecumeniche". Inoltre, che dire di una vetrina come quella dell'iPad? Nell'iBookstore del rivoluzionario Tablet di casa Apple già editori previdenti come me stanno



caricando dallo scorso agosto eBook Made in Italy anche se ancora non esiste lo store italiano e i libri elettronici appaiono in vendita solo negli Stati Uniti, in Canada, Gran Bretagna, Francia, Germania. E a Francoforte mentre i "grandi" colleghi erano concentrati su beghe tutte italiane io ho assicurato agli eBook della mia casa editrice e di quelle che fanno parte di eBooksItalia una distribuzione globale... Infine, sto apprendo, dopo i test fatti per l'iPhone, il capitolo delle "applicazioni" per iPad e simili...

Sì, perché se si interpreta quel che sta accadendo come la semplice digitalizzazione e commercializzazione di quanto finora si è stampato la visione che si ha è davvero rozza. Ma meglio che sia così per tanti "grandi", meglio che loro seguano la filosofia gattopar-

desca di voler cambiare tutto per non cambiare nulla. Credo che resteranno delusi i "grandi" colleghi convinti di riproporre online "lo stesso monopolio distributivo" che hanno nel mondo delle librerie.

Per carità, eventi nefasti come questo possono accadere ma per i miei quindici anni di esistenza in Rete (e non è vero quanto ha affermato un "guru" italiano dal palco dell'ultimo Editech che nel Web e negli eBook l'esperienza non conta niente...) vi assicuro che le logiche online sono diverse, ci sono già nel DNA di Internet gli anticorpi per respingere ogni tentazione monopolistica ed esistono le potenzialità per poter rovesciare, come amo ripetere, "il calzino dell'editoria italiana". Intendo dire che la Rivoluzione dell'eBook è una opportunità che, se colta con intelligenza, competenza, professionalità, senza le solite furbizie all'italiana di chi pratica l'esercizio di rubacchiare qua e là le idee come le strategie altrui, può rimettere le cose a posto sul piano della creatività, della meritocrazia e della qualità in un comparto avvelenato da realtà economiche e commerciali secondo le quali chi è già grande diventa sempre più grande e chi è piccolo non può che morire.

Facciamo un fermo immagine sulla situazione nell'editoria cosiddetta tradizionale.

La chiusura progressiva delle piccole librerie e l'espandersi dei cosiddetti supermarket del libro, di proprietà di grossi gruppi editoriali, chiudono sempre più gli spazi alla medio/piccola editoria. Quest'ultima, anche a fronte di una promozione e distribuzione nazionali (60% di costi) vede costantemente restringersi le occasioni di visibilità e quindi di commercializzazione. E poi la logica del fornito/venduto/reso può avere un senso in realtà editoriali da centinaia di novità al mese, diventa invece un capestro per le migliaia di editori da venti novità l'anno al massimo, per non parlare poi del "gioco" dei cosiddetti conti deposito... Ecco, i medio/piccoli editori lavorano non rendendosi conto – salvo quando guardano i loro bilanci o sono incalzati dalle banche – di essere di fatto già morti.

Partendo da questa fotografia della realtà sono giunto alla conclusione che molti problemi di quella editoria medio/piccola per risorse e produzione ma non per creatività potrebbero essere risolti partendo appunto dagli eBook.

In che senso? Rovesciando la filiera produttiva, il "calzino", appunto, immaginando un catalogo che in prima edizione è in formato elettronico, abbattendo così costi fissi come stampa e magazzino, riducendo quelli di distribuzione e promozione ma con una potenziale visibilità globale, cancellando l'incubo delle rese.

E il libro tradizionale? Se si vuole stampare, lo si fa solo per i titoli che hanno registrato successo in eBook oppure lo si fa on demand, si stampa soltanto su richiesta delle varie librerie o come opzione di lettura del libro elettronico per chi non vuole rinunciare al volume, opzione che io ho ribattezzato ExLibris (che va direttamente dall'editore al lettore).

È questa la logica che sta dietro il Progetto eBooksItalia.com creato dalla mia casa editrice con una valenza sia etica che commerciale, e che ha

come primo obiettivo, constatata l'arretratezza sul piano dell'information technology di troppe case editrici, una sorta di "evangelizzazione" intorno agli eBook. Non esiste altra realtà oltre la mia iniziativa (con la partnership tecnologica di Golem100 e quella commerciale di A.L.I.) che prometta di accompagnare i colleghi nel nuovo mercato partendo dall'ABC, mettendo a disposizione gratuitamente – sottolineo gratuitamente, non con i soliti workshop di una giornata da 650 euro a persona più Iva... – tutto il bagaglio di conoscenze accumulato da chi mastica di eBook dal 1997, che è passato anche attraverso l'esperienza della direzione editoriale di quel "365 in Fiera" voluto nel 2000 da Fiera del Libro di Torino con il supporto di Telecom e Microsoft e che generò il primo esempio italiano di Libreria internazionale degli eBook. Il Progetto ha anche la dichiarata ambizione di riuscire a fare Sistema nell'ambito della media/piccola editoria, a dare vita ad una realtà in cui possiamo crescere tutti insieme, utilizzando la grande creatività di ciascuno, le notevoli opportunità di "penetrazione" sul mercato che offrono il web e un "prodotto" in costante evoluzione quale l'eBook e avendo insieme il peso per influire su scelte tecnologiche troppo spesso niente affatto dalla parte degli editori, lasciate finora nelle mani dei produttori di software. Ed in costante evoluzione è anche il Progetto eBooksItalia.com che, pur essendo nato dalla mia sigla editoriale, ha una sua valenza "politica" più ampia di quella di una operazione di un imprenditore e quindi aperta ad immaginare in futuro formule anche societarie in cui diventi un progetto di tutte le sigle che vi partecipano.

Ma torniamo all'oggi. Questa visione strategica è l'unica strada da seguire per non perdere l'occasione di una rivoluzione editoriale epocale come quella degli eBook, per non cadere nella varie trappole già tese e che gat-

topardescamente promettono di cambiare tutto per non cambiare nulla... Una visione di radicale trasformazione delle attuali logiche editoriali, che rimette in discussione le cosiddette rendite di posizione, che fa nascere un mercato in cui grandi, piccoli, piccolissimi partono tutti con le stesse chance ed a vincere sono le buone idee, la qualità dei contenuti, la meritocrazia... Ma per realizzarsi, è necessaria una convinta fede nelle potenzialità dell'eBook, una inesauribile voglia di creare, di sperimentare all'interno della propria realtà redazionale con uno spirito di collaborazione nuovo in cui l'autonomia creativa di ciascuno si coniuga con la consapevolezza che tutti insieme operiamo per raggiungere un obiettivo comune. No, non si entra davvero nel mercato del libro elettronico dedicandosi a questa altra editoria un po' a tempo perso, producendo magari una decina di titoli e poi fermandosi ad aspettare, per vedere che cosa accade...

Sì, lo so, qualcuno sorriderà, qualcuno mi darà del sognatore, qualche collega mi ha già gratificato come "arrogante" in una e-mail anonima firmata "Un piccolo editore" scritta a commento di un mio video su YouTube. Ma lo considero un segnale della validità del progetto. Come la telefonata ricevuta mentre scrivevo queste righe. Telefonata anch'essa anonima e difficilmente rintracciabile perché era un trasferimento di chiamata dal telefono dell'ufficio al telefonino. Una voce maschile mi ha chiesto se volevo vendere eBooksItalia.com perché lui faceva parte di un gruppo che a dicembre sarebbe uscito con un sito simile al mio. Ed alla mia risposta che questo era l'ultimo dei miei pensieri e che comunque, se voleva, mi inviasse per lettera o per e-mail una proposta con nome, cognome ed indirizzo ha sbottato dicendo: "Ho capito, dovremo farle un regalo di Natale". Minaccia? Scherzo? Se a Natale riceverò "Un regalo" ve lo racconterò.