

EDUCASUS

COLLANA DIRETTA DA GASPARE MURA

8

Direttore

Gaspare MURA

Accademia di Scienze Umane e Sociali

Comitato scientifico

Cecilia Romana COSTA

Università degli Studi Roma Tre

Cristiana FRENI

Università Pontificia Salesiana

Claudio GUERRIERI

Accademia di Scienze Umane e Sociali

Teresa DONI

Accademia di Scienze Umane e Sociali

Roberto CIPRIANI

Università degli Studi Roma Tre

Paolo TRIANNI

Pontificio Ateneo Sant'Anselmo

Scaria THURUTHIYIL

Università Pontificia Salesiana

Mustafa Cenap AYDIN

Istituto Tevere – Centro pro Dialogo

EDUCASUS

COLLANA DIRETTA DA GASPARE MURA

EDUCasus

Per un'etica del riconoscimento.

La collana è espressione dell'attività culturale e di formazione dell'Accademia di Scienze Umane e Sociali (ASUS) di Roma. L'attuale globalizzazione economica e socioculturale e l'avvento di società multiculturali richiedono, in forma sempre più pressante, specifiche competenze atte ad intervenire in situazioni sociali, culturali, giuridiche, educative e territoriali caratterizzate dalla compresenza di persone portatrici di culture differenti, con diversi modelli linguistici, religiosi e culturali.

In tale contesto l'apporto della filosofia e delle discipline ad essa collegate risulta determinante e per questo, in una prospettiva interdisciplinare, la collana si propone di "fornire specifiche conoscenze e approfondimenti culturali in settori e problematiche ad alto profilo professionale" (RIFCM, art. 1, § 2).

Finalità della collana è pertanto l'ermeneutica dell'ascolto delle voci oggi più vive e costruttive, l'approfondimento della "verità dell'uomo" e il supporto formativo all'etica del reciproco "riconoscimento".

Federica Nota

Le nuove frontiere dell'editoria e l'opportunità self publishing





Aracne editrice

www.aracneeditrice.it

info@aracneeditrice.it

Copyright © MMXX

Gioacchino Onorati editore S.r.l. – unipersonale

www.gioacchinoonoratieditore.it

info@gioacchinoonoratieditore.it

via Vittorio Veneto, 20

00020 Canterano (RM)

(06) 45551463

ISBN 978-88-255-3121-3

*I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica,
di riproduzione e di adattamento anche parziale,
con qualsiasi mezzo, sono riservati per tutti i Paesi.*

*Non sono assolutamente consentite le fotocopie
senza il permesso scritto dell'Editore.*

I edizione: febbraio 2020

Agli autentici, ai coraggiosi, ai luminosi.
A mamma e papà

Il più bello dei mari
è quello che non navigammo.

Il più bello dei nostri figli
non è ancora cresciuto.

I più belli dei nostri giorni
non li abbiamo ancora vissuti.

E quello
che vorrei dirti di più bello
non te l'ho ancora detto.

Nazim Hikmet

Indice

13	<i>Introduzione</i>
17	Capitolo I <i>Voce “Editore”</i>
45	Capitolo II <i>La catena del valore nel processo editoriale tradizionale</i>
91	Capitolo III <i>Bookrepublic</i>
113	Capitolo IV <i>Considerazioni conclusive. Quale futuro</i>
119	<i>Bibliografia</i>

Introduzione

In un momento in cui l'informatizzazione della nostra società non si arresta, e quando sembra che tutti i mestieri siano sottoposti ad un costante *speed test*, “più è conciso, più è efficace”, le soluzioni devono piovere rapide, i testi devono essere brevi o vengono ignorati, la banda larga sempre più potente e l'accessibilità fulminea, altrimenti si cambia operatore, interlocutore, mezzo, strumento e l'utente va altrove. Pare che mettersi contro al progresso risulti molto pericoloso, in termini di *business* e non solo. Alla luce di questo divenire, quello che sta accadendo in un settore strategico per lo sviluppo sociale, culturale, economico di una società, è la principale premessa con la quale ha preso forma il seguente elaborato. Il settore strategico cui si riferisce l'autrice è quello dell'industria dei contenuti, in particolare dell'industria del libro: l'oggetto d'indagine è infatti il settore dell'editoria libraria. È un settore che ha radici molto antiche ed è in grado di avere una grande influenza sulla direzione culturale di un Paese.

Considerata quindi la natura di questa branca dell'industria, l'elaborato cerca di comprendere i cambiamenti avvenuti storicamente al suo interno e come esso adesso si ripensi alla luce di nuove frontiere dell'editoria ed opportunità che irrompono, come il *self publishing*, ad esempio, una modalità che abbraccia sia la tecnologia, sia i contenuti, sia la scelta di canali alternativi a quelli tradizionali per la distribuzione e la vendita dei libri.

Nel corso di questo lavoro verrà messo in evidenza lo scenario di possibilità e zone d'ombra che questa modalità offre sia per gli editori che per gli autori. La descrizione di questo panorama parte dalle fondamenta, ossia dalla presentazione del processo editoriale librario tradizionale nei suoi aspetti più salienti, nel tentativo consecutivo di costruire e sperimentare un immaginario editoriale innovativo, originale e digitale.

In particolare, nel primo capitolo viene introdotta la figura dell'editore inquadrata in un sistema che precede l'avvento della Rete e da questo punto di partenza s'innesta la descrizione del cambiamento profondo, storico, che ha subito il panorama editoriale, nei suoi paradigmi e nel suo mercato, in termini digitali, con particolare accento sulla realtà italiana. Una realtà di mercato che, al suo interno, vede anche la discesa in campo di colossi stranieri che si stanno occupando di editoria, quali Google, Amazon, Apple. È in questo quadro che si fanno largo fenomeni che, seppur nati in seno all'editoria più classica, si ripropongono, *mutatis mutandis*, in una veste nuova, tra le fila di uno scenario divenuto sempre più digitale, con il *self publishing*, una auto pubblicazione nata da e con la Rete. Quali sono dunque le opportunità e le nuove frontiere che si aprono insieme a questo fenomeno, e lasciare decidere a questo lettore quale sia e soprattutto se ci sia, un'etica, che sottende a quella che viene definita una opportunità (l'auto pubblicazione) per gli appassionati di scrittura, è un altro dei fini di questo capitolo. Il secondo capitolo, invece, tratta di quella che è sempre stata la catena del valore nel processo editoriale tradizionale, e tutti gli attori che hanno sempre giocato un ruolo fondamentale nella produzione di un libro, che è un bene economico. «Perché se scrivere e leggere sono attività principalmente solitarie, pubblicare è invece un'impresa collettiva»¹. Tuttavia, il cambiamento che oggi investe i mestieri è inedito e rapido – e l'editoria libraria non ne è esclusa – e quindi anche in grado di diventare obsoleti nel giro di pochi mesi. Per questo il corpo centrale del capitolo II tratta delle trasformazioni in atto nell'economia del libro e in tutto il suo sistema di produzione. Il quesito è sulla stessa lunghezza d'onda di quello iniziale, ossia se un fenomeno – ad esempio – come quello del *self publishing* sia in grado di sfrangiare i confini di una filiera editoriale tradizionale consolidata ed in che modo. L'autrice a tal proposito ha ascoltato il punto di vista di una scrittrice *self published*, mediante una lunga intervista integralmente allegata. Il terzo ed ultimo capitolo dell'elaborato invece, propone un caso concreto,

¹ Cf. O. PONTE DI PINO, *I mestieri del libro*, TEA, 2008.

italiano, di progetto editoriale digitale. Il caso studio in questione è la società *Bookrepublic srl* (www.bookrepublic.it), nato dall'idea di un professionista che esercitava già nel mondo editoriale tradizionale, e che in un moto di lungimiranza, ha deciso di ripensare e/o semplicemente aggiornare la sua professione creando una società di servizi editoriali, completamente on line, con l'obiettivo iniziale di diventare uno dei principali distributori di e-book. Il che, corrisponde probabilmente al tentativo di adeguare gradatamente la nostra cultura a quelle – forse – già più avanzate. Il capitolo termina con una lunga intervista dell'autrice al CEO di *Bookrepublic*, il dott. Marco Ferrario, il quale offre ed apre a sua volta scenari di un futuro prossimo sempre più innovativo ed originale.

Metodologia

Questa ricerca è stata svolta con l'ausilio di quattro approcci d'indagine: *literary review*, consultazione rapporti italiani e stranieri sullo stato commerciale dell'editoria, una consistente parte di ricerca sitografica coerentemente con l'attualità del tema, ed infine usufruendo del metodo dell'intervista.

Per questo lavoro, l'approccio metodologico che l'autrice ha deciso di utilizzare concerne in primo luogo la revisione della letteratura scientifica più significativa ed inerente al tema, segnalata in bibliografia. In particolare, nel primo capitolo per introdurre alcune definizioni, è stata presa in considerazione l'enciclopedia italiana di “*scienze, lettere e arti*” Treccani; per i cenni storici sul panorama storico dell'editoria italiana invece, sono stati consultati i testi di G. Ragone e M. Panetta segnalati in bibliografia, insieme al rapporto sull'editoria italiana di G. Vignini, per dimostrare quanto lo stesso rapporto nel 1999 non fosse così lontano dalle riflessioni odierne circa il sistema produttivo librario tradizionale. Per i dati e le cifre sul mercato editoriale italiano sono stati presi in considerazione gli studi condotti da l'Associazione Italiana Editori (AIE) con l'intervento del suo attuale responsabile Giovanni Peresson, nonché i dati dell'Istituto italiano

ISTAT. Per una introduzione e descrizione del significato di *self publishing* invece, sono stati utilizzati svariati articoli provenienti da testate italiane e straniere, quali *La Stampa*, *The Guardian*, *The Publisher*, *New York Times*, che si occupano del tema. Assieme alla consultazione – coerentemente con la tematica sperimentale dell’elaborato – di *instant books*, ossia un «libro scritto e pubblicato con tempestività, su un avvenimento attuale ancora in corso»². In aggiunta, per fornire un’idea più ampia e internazionale del fenomeno del *self publishing*, l’autrice ha consultato un rapporto del gruppo di ricerca americano Bowker, ugualmente segnalato in bibliografia. Il secondo capitolo invece, che annuncia un taglio meno descrittivo ma più “economico”, in quanto tratta in maniera articolata del processo editoriale tradizionale, e si conclude aprendo lo sguardo ad una prospettiva più contemporanea, utilizza gli studi del centro ASK Bocconi Milano, che vede P. Dubini come una delle ricercatrici più esposte sul tema in questione. Per cui, una consistente parte sulla catena del valore e sulla filiera editoriale proviene dai testi di P. Dubini. Un altro importante riferimento in questo capitolo, riguarda un testo di O. Ponte Di Pino, direttore editoriale di Garzanti, sui mestieri del libro. Anche in questo capitolo sono stati utilizzati svariati articoli di giornale italiani e stranieri, che trattano del tema, provenienti da *Il Fatto quotidiano*, *Il Post*, *The Guardian*, *Wired*, ecc. Per comprendere infine, il punto di vista degli autori indipendenti l’autrice ha ottenuto una intervista con una degli stessi, integralmente presentata al termine del capitolo II. L’ultimo capitolo presenta, infine, un progetto editoriale emblematico per il filone che segue questa tesi, e molte delle informazioni al suo interno sono state fornite all’autrice dal CEO stesso della società *Bookrepubblica* srl, attraverso un meeting-intervista nella sua sede milanese. In aggiunta, coerentemente con la struttura del progetto quasi completamente on line, un’altra parte di informazioni è stata ricavata dai vari siti web ufficiali della società e dei suoi marchi editoriali.

² Fonte: <http://dizionari.repubblica.it/Italiano/I/instantbook.php>.

Voce “Editore”

Il seguente capitolo si propone di aprire all'interno di questo lavoro una strada introduttiva nel mondo dell'editoria italiana, con l'ausilio di definizioni, cenni storici, presentazione dello scenario attuale. Si introdurrà poi il concetto di *self publishing*, come fenomeno e trend emblematico per descrivere successivamente le nuove frontiere editoriali nelle loro varie articolazioni. Uno sguardo è rivolto anche al panorama internazionale, con la segnalazione delle principali piattaforme editoriali digitali attualmente in circolazione.

L'editoria ebbe origine come industria per la produzione in serie di libri. È una attività culturale basata sulla scelta e sulla cura dei contenuti, e ne fa capo l'editore. Il seguente elaborato si propone di analizzare l'industria editoriale libraria italiana, e non si concentrerà sull'analisi degli altri settori dell'industria culturale. L'editore è per definizione l'artefice della trasformazione della scrittura in un prodotto largamente fruibile. Nel lavoro editoriale tradizionale è coinvolta una catena di figure professionali. Gli attori fondamentali del sistema di creazione del valore nell'editoria libraria tradizionale sono: l'editore, l'autore, il tipografo, il distributore, il consumatore¹. Da una dichiarazione di Valentino Bompiani: «L'editore non scrive i suoi libri. Questo lo fanno gli autori. Non stampa i suoi libri. Questo lo fa il tipografo. Non li vende. Questo lo fanno i librai. Non li distribuisce. Questo lo fanno i distributori. E allora che fa? L'editore fa tutto il resto».

L'editore si occupa di costruire il piano editoriale: sceglie i generi e li struttura in collane, fa scelte di campo, decide quali

¹ Cf. P. DUBINI, *Voltare pagina: economia e gestione strategica nel settore dell'editoria libraria*, ETAS Libri, Milano 2001².

aree culturali esplorare, sceglie i canali distributivi e di mercato. Esistono canali diversi per pubblici diversi, così come sono diversi gli strumenti pubblicitari e le reti di promozione da adottare. Quindi il piano *marketing*, la relazione con i consulenti, ossia gli agenti letterari, i curatori del testo scritto, i direttori di collana, le altre case editrici, e così via. L'editore in linea teorica si occupa di costruire il catalogo valutando novità, ristampe e nuove edizioni, ed anche di costruire il *budget*, tenendo presente le risorse disponibili e la gestione della crescita. E le previsioni, i preventivi, la ricerca e lo sviluppo in nuove direzioni, gli investimenti in nuovi settori di mercato, in nuove tecnologie e nuovi supporti². Del mestiere dell'editore tradizionale e della catena di valore e delle sue evoluzioni, si tratterà nello specifico nel capitolo II di questo elaborato.

L'enciclopedia Treccani, alla voce Editore, si esprime così: «Persona o azienda che fa stampare e pubblicare libri, giornali, opere musicali ecc., curandone la distribuzione e la vendita e assumendosene gli utili o le perdite, oppure l'imprenditore o la società che ha la proprietà o il controllo di una testata giornalistica o, anche, un'azienda che produce media e prodotti multimediali (anche, per es., trasmissioni televisive)»³.

La descrizione continua definendo l'industria editoriale in Italia come un'industria caratterizzata da profonde trasformazioni che hanno radici nello sviluppo tecnologico degli ultimi decenni del ventesimo secolo, nella concentrazione del settore editoriale e di mutamenti riguardanti anche, da un lato il consumo da parte dei lettori e dall'altro i canali distributivi: il risultato è un panorama in cui convivono modi diversi di fare editoria. Lo scenario italiano nello specifico riguarda i grandi gruppi editoriali che si sono consolidati ed ampliati, e dall'altro «un centinaio di editori medio piccoli, cui si deve aggiungere un elevato numero di piccoli editori (alcune migliaia) di scarsa importanza commerciale [...]»⁴. Il lato dei grandi gruppi editoriali si compone di Gruppo

² Cf. P. DUBINI, *Voltare pagina*, cit.

³ Enciclopedia Treccani on line: <http://www.treccani.it/enciclopedia/editore/>.

⁴ Fonte: www.treccani.it/enciclopedia/editore.

Giangiaco­mo Feltrinelli editore, controllato dalla finanziaria della famiglia Feltrinelli, Effe 2005; Gruppo editoriale Mauri Spagnol, controllato da Messaggerie Italiane Spa, il cui ruolo risponde a quello di una holding di partecipazioni⁵; Gruppo Mondadori, controllato dal gruppo Fininvest Spa⁶; e RCS Media Group, controllato invece dagli azionisti Mediobanca e Fiat Partecipazioni Spa che fanno parte di un patto di sindacato. *Questi* gruppi possiedono anche partecipazioni che affiancano alla produzione libraria quella della stampa periodica, delle emittenti tv e altre attività multimediali, in costante evoluzione. La definizione dell'enciclopedia Treccani continua poi, dichiarando esplicitamente la crisi del settore cartaceo, causata essenzialmente dalla diffusione dei mezzi multimediali e di Internet.

1.1. Prima di Internet

Dopo aver introdotto la figura dell'editore in Italia con un cenno al contesto corrente del panorama societario editoriale italiano, s'intendono ora presentare le attività e le vicende dell'editoria italiana che precedettero l'avvento della Rete, un richiamo storico obbligato per riuscire in seguito ad illustrare, di contro, lo scenario contemporaneo in cui versa l'industria del libro in Italia, e l'analisi delle sue evoluzioni e dei neonati fenomeni digitali.

L'invenzione della stampa risale a metà del Quattrocento, grazie alla rivoluzionaria invenzione di un tedesco, orafo di professione, Johann Gutenberg, che nel 1448 iniziò a produrre libri mediante la tecnica della stampa a caratteri mobili. Gutenberg diede il via alle prime imprese tipografiche di rilievo, a Magonza, nella Germania occidentale, imprese che ben presto giunsero anche in Italia. Nella penisola i primi libri furono prodotti a Roma, dopodiché fu Venezia a divenire il centro propulsore, città in cui si

⁵ Messaggerie italiane Spa: <http://www.messaggerie.it/struttura-del-gruppo>.

⁶ Holding particolarmente nota nel panorama italiano, detentrica del pacchetto azionario della famiglia Berlusconi, il suo fondatore:

<http://www.finvest.it/it/gruppo/presentazione>.

ebbero le prime esperienze editoriali italiane modernamente intese, ad opera di Aldo Manuzio, umanista italiano, tipografo ed editore. Negli anni settanta del Quattrocento il boom di diffusione raggiunse anche le città di Bologna, Ferrara, Firenze, Milano, Napoli, Perugia e Treviso⁷. Dopo l'esperienza di Manuzio, la produzione libraria italiana rimase racchiusa a livello di artigianato, con la figura del libraio-editore. In Italia, i primi grandi cambiamenti nel settore librario e della stampa avvennero nel periodo napoleonico e fu il diciannovesimo secolo che portò alla modernizzazione progressiva dell'editoria, sino al suo decollo definitivo⁸. Alla fine dell'Ottocento, l'editoria entrava in una fase imprenditoriale, superando così la fase artigianale a conduzione familiare. La figura dello scrittore era diventata una professione retribuita, il diritto d'autore veniva legalmente riconosciuto, e i gusti del pubblico si indirizzavano verso i romanzi, i quotidiani e le riviste⁹. Tuttavia il romanzo, dopo un breve periodo d'oro, conobbe un declino nella sua diffusione, causato dall'esplosione della moda di pubblicare novelle sui quotidiani, e dalla divulgazione della letteratura teatrale che iniziava ad attirare il pubblico a sé, anche con gli spettacoli teatrali, l'opera e il circo. Contemporaneamente rallentò anche la produzione del settore riguardante la manualistica e la divulgazione, perché dopo l'Unità d'Italia, da un lato i gusti della classe dirigente si indirizzavano verso le discipline filosofiche, e dall'altro esplose il giornalismo: tra il 1885 e il 1915 la tiratura dei giornali raddoppiò, contrariamente a quella del libro. Il Novecento italiano si apre così con un periodo di declino dell'attività editoriale, che raggiunse i suoi minimi storici nel 1905, per poi ricrescere nel decennio antecedente alla Prima guerra mondiale¹⁰.

Nei primi anni del Novecento il libro cambiò funzione: si stampavano testi accademici e scolastici, si sviluppò la saggistica

⁷ Cf. M. PANETTA, *Panorama storico critico dell'editoria italiana del Novecento*, Università La Sapienza, Roma 2011.

⁸ Cf. G. RAGONE, *Un secolo di libri. Storia dell'editoria in Italia dall'Unità al post-moderno*, Einaudi, Torino 1999.

⁹ Cf. E. GARIN, *Editori italiani tra Ottocento e Novecento*, Laterza, Roma-Bari 1991.

¹⁰ Cf. M. PANETTA, *Panorama storico critico dell'editoria italiana del Novecento*, cit.