

# CAUSA CRISI CULTURA POVERA

## Dai libri ai programmi tv vince il prodotto superpop Economico e poco impegnativo

di Silvia Truzzi

In principio fu la Bur. Poi gli Oscar Mondadori, poi ancora i miti, i pocket e i super pocket. Negli anni Novanta lo slogan era *Cento pagine mille lire*, dall'omonima collana di Newton Compton. Oggi la parola magica che dovrebbe salvare il mondo dell'editoria è 9.90, nel senso di qualcosa meno di un biglietto da dieci euro. I libri economici sembrano l'ancora di salvezza, mentre il mercato si contrae e non poco: il primo mese del 2012 farà registrare - rispetto al gennaio dell'anno scorso - un calo del 10-15 per cento sul valore a prodotto. È solo una previsione, ma elaborata su dati definitivi, che confermano il trend negativo del 2011. Ci sono pochi soldi, i consumi precipitano, i lettori preferiscono i volumi meno cari. Che fare? Non solo ristampe: ora la tendenza è pubblicare le novità direttamente in tascabile. Si parla parecchio di Newton Compton perché i suoi titoli giganteschi nelle classifiche dei più venduti. Il successo del mo-

mento è *Amore, zucchero e cannella* di Amy Bratley, acclamato come un capolavoro, in realtà una specie di Harmony ben confezionato. La fascetta descrive un'opera che ha scalato le classifiche europee: il romanzo però pare uscito solo in Inghilterra e in Italia. Così i vari *Tiffany's* - diamanti e regali - tutti pubblicati a 9.90: fanno il verso alla *Colazione di Truman Capote*, con l'immanicabile Audrey in copertina. Garzanti ha ripubblicato il romanzo di Capote con un'eloquente fascetta: "Diffidate dalle imitazioni". Sotto i dieci euro c'è una disponibilità diversa dell'acquirente: basta l'esempio dell'*Atlante di smeraldo* di John Stephens uscito per Longanesi in aprile a 18.60 euro: tiratura 80 mila copie, 50 mila vendite. Lo stesso titolo, riproposto a Natale a 9.90 è andato bene.

Gli editori si attrezzano e impazzano le nuove collane: Fanucci ha debuttato a gennaio con una costola *cheap* nel segno del giallo che si chiama "Time crime". Mondadori, presentando ai lettori la nuova collana "Libellule", ha

schierato addirittura un mostro sacro - per talento e incassi - come Andrea Camilleri: *Il diavolo soprattutto*, 33 racconti di tre pagine l'uno. Il libro sta andando bene, anche se non è più primo tra gli italiani, ma è prevedibile che i fan del maestro torneranno a leggerlo nelle sue produzioni più complete. Sempre da Segrate, ieri è uscito *Troppe coincidenze* di Giuseppe Ayala, nella collana di saggi "Frecce", che pubblicherà una serie di saggi brevi di politica, economia e attualità a 12 euro. L'anno scorso a marzo aveva cominciato *Chiarelettere*, con gli *Instant classic*: da Gramsci a Don Primo, scritti scelti a 7 euro.

**ORA TOCCA** a Tea: tra un mese arriva in libreria *Tre60*, nuova collana con un camaleonte per logo. L'idea è quella della trasformazione e di un'apertura a tutti i generi: narrativa, varia, saggistica perfino manualistica: in totale la collana dovrebbe uscire con trenta titoli all'anno. Spiega Marco Tarò, amministratore delegato di Tea, al sito *Affaritaliani.it*: "Prima della legge Levi il lettore poteva scegliere tra numerose

promozioni. Ora è giusto che gli editori vadano incontro ai lettori, anche considerando il momento difficile per l'economia". Il punto è che quasi tutti questi romanzi o sono di autori esordienti o sono narrativa d'evasione. Queste politiche non sono applicabili ai big: basta dare un'occhiata alle voci che compongono il prezzo di copertina. Il grosso riguarda le spese di commercializzazione e distribuzione (quasi il 60%). Ovvero la rete di promozione, della distribuzione e lo sconto al libraio. Poi ci sono i diritti d'autore: arrivano anche al 12%, nel caso di grandi nomi. E comunque - spiega Oliviero Ponte di Pino ne *I mestieri del libro* - le royalties non sempre coprono l'anticipo pagato agli autori, in qualche caso molto salato. Seguono - ma in misura minore - stampa, rilegatura, costi redazionali. In questa catena, alcuni correttivi si possono applicare. Certo è che il nodo centrale è sempre lo stesso: la qualità. Tutte queste tecniche di aggiramento dei costi andranno o no a discapito della buona letteratura?



Illustrazione di Doriano

