

Dopo i successi di Newton Compton a "9,90 euro", altri editori scelgono le novità economiche

## LIBRI, PREZZI BASSI PER LA CRISI VINCE IL MODELLO DISCOUNT

SIMONETTA FIORI

**T**utto lo negano, ma la pratica del discount finirà per contagiare l'intera editoria italiana. I segnali del mercato sono inequivocabili. Le vetrine dei bestseller sono sempre più affollate da titoli a basso costo. Se prima erano solo i libri a 9,90 di Newton Compton a troneggiare nella classifica dei primi dieci, ora anche le "libellule" mondadoriane — narrativa breve a 10 euro — hanno raggiunto posizioni d'eccellenza (per Camilleri non è una notizia, può esserlo per i suoi compagni di collana). Anche il confronto tra i dieci bestseller del gennaio 2012 e quelli dello stesso mese del 2010 mostra un taglio della spesa oltre il 10 per cento (il costo medio di un volume è passato, più o meno, da 16 a 14 euro). In tempo di crisi, a decidere la fortuna di un libro può essere anche il prezzo di copertina.

Non è un caso che gli editori italiani siano oggi in gran fermento. Dopo Raffaello Avanzini, fortunato precursore della serie, e "Le libellule" di Mondadori, che però nega l'inseguimento della fascia di basso prezzo («i nostri sono libri accurati ed eleganti»), ecco il supercompetitivo marchio "Time Crime" di Fanucci (a 7,70 euro) e il cantiere appena aperto dal gruppo **Gems**, che annuncia per marzo una nuova sigla editoriale, **Tre60**, al prezzo di 9,90. Il marchio sta a indicare uno sguardo a trecentosessanta gradi, e per simbolo sceglie il camaleonte, la sua capacità di adattarsi all'ambiente e dunque di cambiare pelle. Una caratteristica — ha illustrato Marco Tarò, direttore generale di **Gems**, al sito online *Gli amanti dei libri* — quasi necessaria nell'attuale situazione di crisi. Quota 9,90 — la più inseguita — è anche quella raggiunta da Instar, che annuncia per la primavera i suoi nuovi tascabili.

I libri economici non sono certo una novità. Dalla Bur agli Oscar Mondadori, da oltre sessant'anni esistono titoli per tutte le tasche. Nel decennio dei Novanta ebbe grandissimo successo l'iniziativa di un editore singolare come Marcello Baraghini, che s'inventò i libri a mille lire. E in tempi più recenti gli autori hanno fatto a gara per pubblicare le loro novità nei tascabili. Oggi però assistiamo a un altro fenomeno, legato alla poco esaltante congiuntura economica. E che può essere riassunto da una lettera di una professoressa di liceo in pensione, che ha scritto a *Repubblica* per proporre una sua personale testimonianza a proposito della scomparsa in Italia, nell'ultimo anno, di oltre settecentomila lettori forti. «Rinunciare a entrare in libreria è un grosso sacrificio. Ma solo ricorrendo a prestiti e biblioteche mi è possibile continuare a leggere». Lo stesso ragionamento viene proposto da un venticinquenne laureato, che confessa di non essere mai entrato in libreria — nel corso dell'anno passato — per rifugiarsi in biblioteca, in edicola o a casa di amici (il prestito tra conoscenti è un'altra pratica diffusa). In altre parole, la diminuita capacità di spesa incide non poco sulle abitudini dei lettori. E gli editori ne prendono atto, producendo non solo nuo-



**Nel 2010 la spesa media per un'opera delle prime dieci in classifica era di 16 euro, adesso si è ridotta a 14**

ve collane economiche ma addirittura nuovi marchi autonomi, che si distinguono nella costellazione editoriale proprio per i prezzi competitivi. Più o meno come i discount.

La crisi fa abbassare i prezzi dei libri? «La tendenza c'è», conferma sul sito *Affari italiani* Giovanni Peresson, responsabile dell'ufficio studi dell'Aie. «Ora è difficile fare previsioni, ma l'aumento delle vendite dei tascabili porterà le librerie ad adeguare gli spazi». Per Daniela Di Sora, editrice della raffinata Voland, non è solo la crisi a contenere i prezzi di copertina. «Io credo che sia stata anche la legge Levi a consentire agli editori a farsi realmente concorrenza scontando i libri all'origine, invece di batteggiare a base di sconti fittizi». E dal sito di Prudeniano annuncia il nuovo romanzo di Amélie Nothomb, *Uccidere il padre*, al prezzo stracciato di 9 euro. «Forse vale la pena di aggiungere che il libro in Francia costa 16 euro». Da noi il costo è quasi la metà. Per entrare in classifica, può essere un requisito essenziale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA