

Appunti

di Federico Novaro

insetto di recensioni della "Stampa", tornato al nome storico di "TuttoLibri" con una revisione grafica e di contenuti che lo rendono più semplice e compatto, nuovamente concentrato sulla produzione libraria dopo qualche anno di divagazioni in altri ambiti, pubblica sul numero 1648 del 17 gennaio 2009 una recensione ampia, a firma Masolino D'Amico, della nuova traduzione, integrale, di *I dinasti* di Thomas Hardy, a cura di Simone Saglia. La cosa è qui degna di nota per l'indicazione dell'editore che pubblica il libro: il Gruppo editoriale L'Espresso, tramite la sua divisione on line ilmiolibro. La definizione di editore per **ilmiolibro** è imperfetta, poiché sono assenti due funzioni che lo indichino come tale: la selezione e la distribuzione. Nato nei primi mesi del 2008, si definisce un "servizio per l'auto-pubblicazione": "È facile, non bisogna rincorrere editori, si saltano tutti i passaggi tecnici e formali. Ci si iscrive al sito e in poche mosse si è autori. (...) Tutte le copie che si vogliono, ma anche una soltanto: costa pochi euro, circa 6 per un bianco e nero, 100 pagine, copertina morbida". Nello stile del gruppo, il portale non si cela dietro purezze anti-commerciali e ospita molta pubblicità a tutta la costellazione di testate afferenti, e puntando sulla creazione di una community molto sollecitata ha preso velocemente piede, mettendo un po' in ombra portali più vecchi come

lulu e lampidistampa. La comparsa di una recensione su un quotidiano nazionale, che cita la circostanza dell'autoproduzione ma non ne fa il centro dell'articolo, sembra confortare chi parla del self-publishing anche come benefica forzatura ai limiti delle case editrici tradizionali.

L'arrivo in libreria di *Davide* di Carlo Coccioli, nella collana "Questo ed altri mondi" di **Sironi**, è solo parte del progetto editoriale animato da Giulio Mozzi per riportare alla luce un autore da tempo non più ristampato. Sul bollettino on line vibrasse (blog trasmigrato qualche mese fa su wordpress), che è da tempo palestra e archivio dell'editor, Mozzi promuove l'opera di Coccioli con pervicacia; svolge l'ormai consueto compito del blogger di raccolta di articoli e aggiornamenti e, animando discussioni, ricrea attorno al testo una tessitura di informazioni che hanno l'intento di scongiurare un nuovo oblio allo scrittore. In evidenza sulla home-page di vibrasse la recente creazione del sito carlococcioli.com: di grafica semplice e molto pulita, è qualcosa di raro nel panorama italiano, vicino a esperienze già colaudate all'estero, dove l'apertura di siti dedicati a un autore a opera di terzi è frequente. Diviso in sezioni (vita, opere, contributi, novità), mai prolisso, è prezioso per la scelta di pubblicare tutte le copertine delle opere (sempre quella originale, spesso quelle in traduzione o successive). Inoltre, il sito dà la possibilità di scaricare in pdf ampi brani di testi che ormai, presenti solo in bi-

blioteche, si considerano inaccessibili. Citiamo qui l'intera dichiarazione di apertura: "Il sito è dedicato a Carlo Coccioli e in particolare alla sua opera letteraria, difficilmente reperibile nelle librerie. L'intento è di rendere accessibili i testi, sia attraverso l'editoria tradizionale sia attraverso la pubblicazione on line di estratti o anche di opere intere, presentate in chiaro. Due sezioni, entrambe a cura di Giulio Mozzi, saranno riservate rispettivamente a saggi di varia natura concernenti l'Autore e alle novità editoriali". In questa varietà contestuale, l'approdo in libreria di *Davide* diventa un elemento fra altri, contribuendo a modificare la percezione e le funzioni dell'editoria contemporanea.

Affariitaliani.it riporta alcuni dati dal *Rapporto b2C Netcomm* della School of Management del Politecnico di Milano: rispetto al 2007, la vendita di prodotti editoriali on line (libri, musica, audiovisivi) dovrebbe registrare per il 2008 una crescita del 20 per cento, all'incirca 120 milioni di euro per 2,8 milioni di scontrin; oltre il 75 per cento del valore delle vendite è riferito a libri editi in Italia. Ibs.it è leader del mercato con una quota del 30 per cento. Sul totale dell'acquistato on line in Italia, l'editoria ha una quota soltanto del 4 per cento, circa la metà del livello di Stati Uniti e Unione Europea (il 56 per cento riguarda il turismo). Ricordiamo che in Italia continua a non essere presente Amazon, che da sempre giustifica quest'assenza con le deficienze del sistema postale italiano.

