

Rivoluzione NO COST

I LIBRI A PREZZI STRACCIATI CHE STANNO SCONVOLGENDO IL MERCATO EDITORIALE

Sbancano tutte le classifiche i volumi a 0,99 euro di **Newton** Compton Seneca, Freud e Poe nella top ten

STEFANIA PARMEGGIANI

Immaginate un Paese in cui il libro più venduto sia un classico della letteratura latina. In cui ci si appassioni alle meditazioni di Seneca più che alle ricette della Parodi. Un Paese in cui tra i bestseller vi siano i testi di Freud, Jane Austen, Shakespeare, Edgard Allan Poe e Dostoevskij. Quel Paese esiste veramente, è il nostro. Le classifiche di vendita parlano chiaro: in tre giorni i classici hanno polverizzato non solo i porno per mamme e i manuali di cucina, ma anche i romanzi più celebri. Merito o colpa — dipende dai punti di vista — di chi li ha schierati in prima fila, vicino alle casse dei supermercati e delle librerie. Ovvero della **Newton** Compton, che giovedì 7 marzo ha lanciato la collana *Live*, 130 pagine a un prezzo stracciato, 0,99 euro, lo stesso che fino a qualche giorno fa identificavagli e-books super scon-

tati.

L'effetto è stato immediato. Quando i clienti si sono trovati di fronte l'espositore che offriva i grandi nomi al costo di un pacchetto di caramelle si sono riempiti il carrello e le classifiche ne sono uscite stravolte. Secondo i dati forniti settimanalmente al nostro quotidiano dall'Eurisko, l'unico istituto di ricerca che considera oltre alle librerie e agli store online anche la grande distribuzione, sette posizioni su dieci della top ten sono state espugnate dalla **Newton** Compton. Si sono salvati solo Sellerio con *La rivoluzione della luna* di Camilleri, Mondadori con *Letto di ossa* di Patricia Cornwell e Longanesi con *Vendetta di sangue* di Wilbur Smith, rispettivamente al settimo, ottavo e decimo posto. Anche il libro di Grillo, Fo e Casaleggio non ha fatto in tempo a entrare in classifica che è stato costretto ad uscire.

«Il nostro obiettivo — spiega l'editore Raffaello Avanzini — è offrire ai librai uno strumento in più per fronteggiare la crescita degli e-book, ma anche e soprattutto allargare il bacino di lettori. Il primo passo per conquistare una nuova fetta di mercato è farsi sì che i libri entrino nelle case, chi legge *Il ballo* e ne resta affascinato potrebbe poi decidere di acquistare anche le altre opere di Irène Némirovsky». Gli altri editori sono in fermento e a chi obietta che l'operazione è solo un investimento pubblicitario, una strategia di marketing ag-

gressiva, niente più che una pratica di *dumping*, lui risponde sicuro: «Non è impossibile pubblicare libri a meno di un euro: per non essere in perdita ogni titolo deve vendere almeno venti, venticinquemila copie. Noi contiamo di guadagnare e per ora i numeri sembrano darci ragione: in una settimana, con dodici libri, abbiamo venduto 250 mila copie». Non si tratta solo di classici, liberi dai diritti d'autore e di traduzione, ma anche di opere inedite: in questa prima tornata ci sono Andrea Frediani (*Il tiranno di Roma*) e Marcello Simoni (*I sotterranei della cattedrale*), piazzato in terza posizione subito dopo Freud e prima di Jane Austen. Certo, chi li vende non sembra entusiasta. «Li considero poco più che un gadget», spiega Alberto Galla, presidente dell'Associazione librai italiani. «Non sono i *Millelire* di Stampa Alternativa, che erano portatori di una idea, una specie di riduzione proletaria del costo del libro. E non sono una novità nemmeno per **Newton** Compton che già vent'anni fa aveva lanciato i suoi cento pagine, mille lire».

Un'operazione che secondo Avanzini in dieci anni ha fatto vendere 60 milioni di copie. Insomma, gli 0,99 sarebbero solo un aggiornamento in euro della vecchia collana in lire. «Non credo siano in grado di portare nuove persone in libreria», conclude Galla che se non è entusiasta non è però neanche preoccupato: «Penso che i lettori veri ricono-

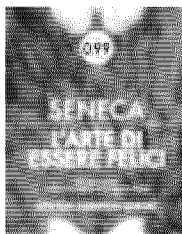
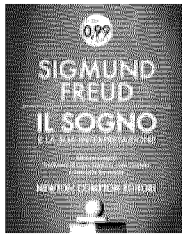
scano il valore di un libro». Poco importa ai suoi associati che i *Live* possano essere scelti come resto, un po' quel che accadeva dal bottegaio con le caramelle. Il loro margine di guadagno è irrisorio, di poco superiore a quel 27 per cento a copia che è la media sui libri italiani.

I classici da 0,99 saranno presto dimenticati? Non è detto, visto che altre volte le scelte editoriali di **Newton** Compton hanno avuto delle conseguenze, se non sul piano culturale almeno su quello commerciale. Si pensi all'effetto discount che ha contagiato l'editoria italiana quando il mercato è stato invaso dai libri a 9,90: sono nate *Le libellule* di Mondadori, il marchio *Time Crime* di Fanucci (7,70 euro), la sigla *Tre60* di Gems (9,90 euro), *Mini* di Minimum fax (fra i 7 e i 9 euro), i supereconomici di Voland (7 euro). «Nel 2012 il prezzo medio di copertina — spiega Giovanni Peresson dell'ufficio statistiche dell'Associazione italiana editori — è stato di 19,67 euro, il 3,5 per cento in meno rispetto al 2011, che a sua volta aveva fatto registrare un meno 11,5 sul 2010».

Per i lettori tutto di guadagnato: la crisi economica colpisce i consumi con una violenza che non si vedeva da almeno diciassette anni e non tutti possono permettersi i libri con la copertina cartonata. Secondo la Nielsen, da gennaio a ottobre 2012 sono stati bruciati 82 milioni di euro nei canali trade (librerie tradizionali, catene di librerie,

grande distribuzione e Internet). Il mercato rallenta, nonostante il prezzo di copertina cali, e questo perché non tutti possono permettersi di investire nella carta. Si ritorna nelle biblioteche pubbliche, si ricorre al prestito tra amici e all'acquisto sui mercatini dell'usato. I più digitali fanno incetta di e-book gratuiti (offerte speciali sono presenti su ogni store online) e i più disinvolti ricorrono allo scambio illegale: nel corso del 2012 sono stati individuati 28 mila file disponibili in un centinaio di siti pirata. Sedici mila sono stati quelli rimossi. Le cifre sono ancora basse ma si stima che circa il 75 per cento dei titoli in classifica sia già sul web in versione pirata. Di sicuro i libri a 0,99 euro non corrono questo rischio: sono già così scontati da sembrare *no cost*.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I LIBRI

I primi tre titoli bestseller: Seneca, *L'arte di essere felici*; Freud, *Il sogno*; Marcello Simoni *I sotterranei della cattedrale*



www.ecostampa.it



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.