

Strategie Laboratori e formazione per competere contro i colossi

Editori eco-compatibili: piccoli, senza ansia digitale

di PAOLO DI STEFANO

Ci sono piccoli grandi editori e ci sono grandi piccoli editori. Una retorica diffusa vorrebbe che questi ultimi siano tantissimi. Ma non è vero. Non basta essere piccoli per avere qualità. Tanti piccoli editori, negli ultimi anni, hanno inseguito i grandi, sfornando libri mediocri. Perché per essere un grande piccolo bisogna puntare sull'identità. Su tutto ciò, insomma, che i colossi non possono avere. Nel 2002, quando nacque «Più libri più liberi», le cose stavano molto diversamente: le catene librerie erano meno invasive, il commercio online era agli albori, si parlava poco di ebook. Con queste premesse, buttarsi nell'editoria cartacea oggi appare come una sfida incosciente, mentre negli anni 80 i piccoli editori nascevano come funghi con notevoli possibilità di affermazione grazie a scelte oculate e coerenti. Gli esempi non mancano, da e/o a Iperborea.

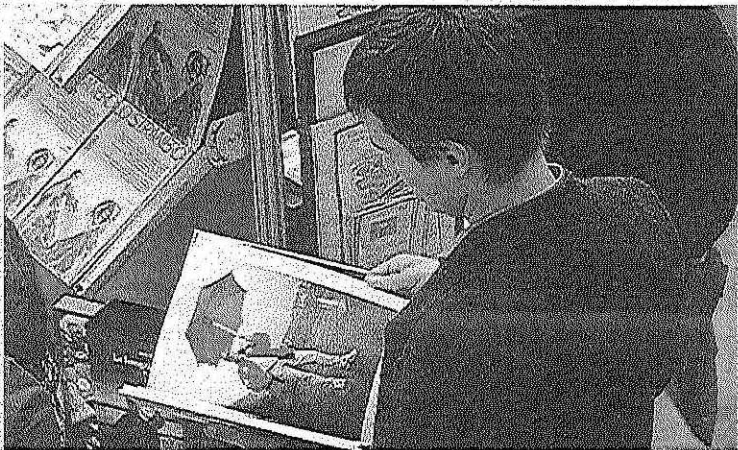
Per durare hanno dovuto imporre al mercato una loro personalità di contenuti e di immagine, ma anche avere l'intelligenza di sondare nuovi ambiti di ricerca e l'agilità, eventualmente, di correggere il tiro. Per avere successo, i piccoli devono restare piccoli. Solo così, per esempio, si spiega il trentennio di Marcos y Marcos, la casa editrice milanese fondata da Marco Zapparoli nel 1981. Il segreto sta in una sorta di coerenza curiosa, di coraggiosa cautela. Un equilibrio delicato. Oggi, Zapparoli, che ha cominciato a lavorare con Marco Franza in una mansarda proponendo copertine inconfondibili e riscoprendo John Fante e Boris Vian, si limita a far valere pochi sani principi che condivide ormai con il direttore editoriale Claudia Tarolo. Non recedere dalla cura artigianale della redazione e della grafica (sempre affidata a Lorenzo Lanzi), perseguire un'idea quasi ecologica di «letteratura rinnovabile» (quella che viene dal passato ma di cui la grande editoria si è dimenticata), non ostinarsi a moltiplicare i titoli (il concetto di «decrecita felice» è suo e risale al 2006), non lasciarsi spaventare dai cambiamenti. Senza gettarsi ciecamente tra le braccia delle nuove tecnologie: «Nessuna ansia da ebook», dice Zapparoli. Così, *Letteratura rinnovabile* dal 2009 è diventata anche il marchio di una serie di iniziative pubbliche di lettura e di riscrittura (anche a sfondo ludico) dei classici nelle scuole e nei teatri: il che è utile a diversificare l'attività e a rimpinguare le casse.

C'è una coincidenza di concet-

ti-chiave tra Zapparoli e un altro piccolo editore quasi ventenne: minimum fax. Artigianato, in primo luogo, attenzione ossessiva ai particolari e ricerca nelle zone lasciate in ombra dai grandi. Ma non basta: per colmare lo scarto fisiologico con i colossi ci vuole fantasia, si richiede un impegno supplementare, l'invenzione di nuove occasioni di incontro, attività collaterali che aiutino la diffusione della lettura. Per questo la coppia dei fondatori, Marco Cassini e Daniele di Gennaro, ha creato, accanto alla casa editrice, una realtà composita, laboratori di formazione editoriale, corsi di scrittura, associazioni culturali che producono letture teatrali e concerti. Agitare le acque attorno al libro. «Perché — dice di Gennaro — l'editore non è più una figura sacralizzata che cala le sue proposte dall'alto, ormai si è stabilito un circolo virtuoso con il lettore: c'è un flusso continuo di comunicazione e l'editore deve ascoltare e proporsi come mediatore di sensibi-

lità». E poi c'è la rete, senza facili cedimenti: «Il web è dispersività, esattamente l'opposto del nostro lavoro editoriale: i giovani vivono ancora il fascino concreto del libro come oggetto. Per noi la rete è una possibilità formidabile di generare informazione attorno al libro, ma il libro resta da un'altra parte».

Dunque, se qualcuno immagina la piccola e giovane editoria di ricerca come un'avanguardia proiettata sul digitale, si sbaglia. La fiducia in controtendenza nella carta ha ispirato, negli ultimi anni, tanti nuovi micro-laboratori editoriali. Tra questi, il nucleo palermitano delle edizioni «duepunti». Sono tre amici trentenni che nel 2004 partirono rilanciando, tra l'altro, il futuro premio Nobel Le Clézio. L'idea è: trasversalità, far convivere il classico con il contemporaneo, Platone con l'irregolare cinquantenne franco-ceco Patrik Ourednik, la letteratura con il saggio, il testo con l'immagine. «La sede della casa editrice è in casa mia», dice



● ● ●

**Forza e debolezza
Non inseguono
l'ebook,
ma l'artigianato.
E a volte cercano
il successo facile**

● ● ●

**Rivelazione
Tre amici hanno
fondato a Palermo
:duepunti. La sede
è a casa di uno di loro,
vicino a Sellerio**

Giuseppe Schifani. Si trova a pochi passi dalla Sellerio e Schifani ricorda che da piccolo vedeva Sciascia passeggiare nei paraggi. Anche per «duepunti» il primo comandamento è: cura artigianale; il secondo: laboratorio continuo e aperto agli amici consulenti (Giorgio Vasta è tra questi); il terzo: fare cassa con servizi editoriali e con il web, da sfruttare al massimo come strumento di ricerca, informazione e dialogo; il quarto: bando alla sicilitudine di maniera. Il quinto è, in realtà, il primissimo: scommettere sul libro di carta, meglio se ecosostenibile. Le copertine della nuova collana «Zoo» sono fatte di caccia di elefante, vengono prodotte in Sri Lanka e andranno a finanziare la tutela dei pachidermi. Alla tutela dei piccoli animali editoriali chi ci penserà?