

Roberta Cesana

***Editori e librai nell'era digitale: dalla distribuzione tradizionale al commercio elettronico***

---

Milano, Franco Angeli, 2002,  
p. 203 (Studi e ricerche di storia  
dell'editoria; 13)

---

Il volume, introdotto da un eccellente contributo di Giorgio Montecchi, analizza gli scenari che si sono aperti nell'editoria e nel commercio librario, in particolare in Italia, con l'avvento delle nuove tecnologie dell'informazione, sia dal punto di vista tecnico che sotto

il profilo della rivoluzione dei processi di comunicazione strettamente connessi all'affermazione di Internet. L'autrice ripercorre le vicende dell'editoria italiana dalla fine del secondo conflitto mondiale ai giorni nostri, mettendo in risalto i notevoli mutamenti occorsi non solo nell'industria editoriale, ma anche nella società italiana, determinando un impatto sulle abitudini di lettura e in generale sul rapporto del pubblico con il libro. A questa attenta ricostruzione storica si affiancano alcune pagine che approfondiscono l'evoluzione del mercato (contraddistinto da tendenze monopolistiche che favoriscono i grandi gruppi editoriali a scapito delle piccole case editrici) e le abitudini di lettura degli italiani, caratterizzate da una sempre più rilevante presenza di "non lettori". L'opera offre successivamente un esauriente quadro generale dei canali distributivi: dai sistemi di vendita diretta, come il noto Club degli editori, ai più tradizionali canali di vendita indiretta; vengono prese in considerazione le trasformazioni imposte dai cambiamenti del mercato editoriale, dalle modalità di fruizione e in particolare dall'ingresso di nuovi soggetti nel mercato della distribuzione dei prodotti editoriali, come le catene della grande distribuzione che, grazie alla riforma del commercio (d.lgs. 114/98), nota come legge Bersani, hanno ottenuto la possibilità di vendere anche libri e riviste nei supermercati e ipermercati. Tali problematiche, come quelle legate alle strategie di sopravvivenza per le piccole librerie (ad esempio tramite la specializzazione e la scelta della qualità), sono analiz-

zate dettagliatamente e con dovizia di statistiche e dati molto aggiornati. L'autrice affronta successivamente la delicata questione dell'impatto di Internet sul commercio librario: da una rapida ma completa storia della nascita e dello sviluppo della "rete delle reti", passa alla più specifica tematica del commercio elettronico, con le sue caratteristiche, sia positive (principalmente la possibilità di proporre i propri prodotti o servizi a un pubblico potenzialmente infinito), sia negative (a cominciare dai problemi legati alla sicurezza dei dati nelle transazioni online). Proprio su tale aspetto l'autrice si sofferma, ponendo attenzione alle questioni legate alle modalità di pagamento, in particolare quella tramite carta di credito, che deve garantire una transazione, oltre che più pratica ed economica, anche più sicura. L'autrice fornisce un ricco corredo di dati e statistiche sull'argomento, riguardanti sia la realtà nordamericana e di alcuni paesi europei, sia la situazione italiana, ancora arretrata sotto molti punti di vista, alla quale vengono dedicate alcune pagine di approfondimento. Passando quindi alle librerie virtuali, le prime pagine sono inevitabilmente dedicate a Amazon.com, la più famosa delle librerie in Internet e uno dei siti commerciali online di maggior successo, nato nel 1995 per iniziativa di Jeffrey P. Bezos. A partire dall'acquisto di un grande magazzino alla periferia di Seattle, importante centro per la distribuzione libraria tradizionale, basandosi su efficienti sistemi di lavorazione degli ordini e di spedizione del materiale, e soprattutto su una rivoluziona-

ria intuizione delle possibilità commerciali offerte da Internet per un tipo di merce come i libri, Bezos riuscì in pochi anni a ingrandire enormemente il proprio giro d'affari e le dimensioni della propria ditta. Viene però sottolineato come a tale incremento del volume d'affari non è corrisposto un aumento di profitti, che addirittura (a causa del basso margine di guadagno sulle vendite) sono spesso stati negativi. Ciononostante Amazon.com continua a essere tra i migliori siti commerciali esistenti, leader tra le librerie virtuali, anche se sulla scia dell'esperienza di Bezos altre grandi catene di librerie statunitensi si sono lanciate nel commercio elettronico. Per quanto riguarda la situazione italiana non può non venire citato Internet Bookshop Italia, la prima e più grande libreria virtuale italiana. Tale esperienza viene analizzata dall'autrice nel dettaglio, anche grazie alle parole di Marco Zerbin, amministratore delegato dell'azienda. Il quadro si completa con una panoramica sulle altre società italiane che operano nel mondo delle librerie virtuali e con alcune considerazioni sui possibili sviluppi che esse potrebbero conoscere in futuro, sia in senso positivo, grazie ai notevoli vantaggi e alle indubbe potenzialità di Internet, sia in senso negativo, per il permanere dei problemi collegati al commercio elettronico. Il volume si chiude con una rapida panoramica su altre innovazioni legate alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione che hanno avuto e avranno un impatto sull'industria editoriale e sul commercio librario. Tra queste gli e-book, che già adesso han-

no una, seppur marginale, rilevanza nel mercato librario, ma per i quali sono soprattutto previste interessanti possibilità di sviluppo futuro, una volta che i supporti hardware necessari per utilizzarli saranno perfezionati e raggiungeranno una sufficiente diffusione, grazie anche a prezzi più abbordabili per il grande pubblico.

Un'altra interessante innovazione su cui l'autrice focalizza l'attenzione è la tecnica conosciuta come print-on-demand, che consente di poter mettere in commercio edizioni di testi che presumibilmente non avrebbero potuto garantire un ritorno economico per una seppur piccola tiratura tradizionale, ma che possono essere inseriti nei cataloghi editoriali e "prodotti" direttamente su richiesta degli interessati in brevissimo tempo grazie a particolari macchinari di ultima generazione in grado di stampare fino a duecento pagine al minuto.

Questo interessante volume fornisce una completa panoramica riccamente documentata sui processi e sui cambiamenti che stanno interessando in maniera significativa il mercato editoriale e il commercio librario, utilizzando un linguaggio chiaro e accessibile ai "non addetti ai lavori" anche nella trattazione delle questioni più tecniche.

*Michele Carlo Marino*

Scuola speciale  
per archivisti e bibliotecari  
Università "La Sapienza" di Roma  
michelecarlomario@hotmail.com

