

Il mercato delle riviste in Scienze umane e sociali in Italia

Giuseppe Vitiello

Settore attività editoriali
Istituto superiore di Sanità
Roma
giuseppe.vitiello@iss.it

Analisi quantitativa e sua evoluzione in ambito elettronico

Preambolo

All'origine di una disciplina, di una tendenza letteraria e artistica, di un movimento politico di opinione vi è spesso una rivista. "La critica sociale", "La rivoluzione liberale", "Il Politecnico", "La Voce", sono solo alcuni dei titoli che hanno fatto la storia dell'Italia. Senza di esse non vi sarebbero stati antifascismo, avanguardie artistiche e neanche il rinnovamento in profondità della cultura del nostro paese con la sua apertura alle grandi correnti del pensiero europeo. Una rivista contribuisce, spesso in modo definitivo, al successo di una disciplina, innescando un effetto moltiplicatore. Al titolo faro nel settore si aggiungono altri titoli; a questi, altri ancora, che ridisegnano i contorni di un nuovo paesaggio culturale grazie al prestigio dei loro direttori, all'influenza dei comitati di redazione e all'originalità degli articoli e degli autori. Il movimento fa breccia tra gli adepti e provoca dibattiti, discussioni, crisi, scontri, scissioni, che si risolvono spesso nella creazione di... un'altra rivista. Una nuova disciplina è nata, e il ciclo ricomincia. La storia culturale ha spesso preso le mosse dall'analisi dei contenuti di una rivista per descrivere la fortuna di un'idea o di una disciplina e il loro impatto sulla storia del pensiero o sulla società.

Una rivista, tuttavia, non si riduce ai meri contenuti. Essa è anche redazione e comitato scientifico, modo di produzione e circuito di distribuzione, indicizzazione di articoli e registrazione bibliografica in basi di dati internazionali, condi-

zioni di vendita e mercato. Anche quando circola a titolo gratuito, è destinata a un nucleo di lettori in rapporto ai quali rivendica la specificità del contenuto e del messaggio. Uomini e donne vi si dedicano ogni giorno, a volte a titolo volontario, e vi investono energie e tempo, arruolati nell'umile schiera di lavoratori della conoscenza. Anche quando è emanazione di un'istituzione culturale e non ha dunque vocazione commerciale, una rivista ha quindi bisogno di un'organizzazione che ne strutturi i contenuti e li diffonda nel circuito dei suoi appassionati. Giacché il senso di una rivista risiede – superfluo affermarlo – nei suoi lettori.

Metodologia e delimitazione del campo

Quante riviste SUS (Scienze umane e sociali) ci sono in Italia? Chi le pubblica e le fa circolare? Chi contribuisce ad alimentare, a gestire e a promuovere una così ricca fonte di scambio intellettuale? L'indagine che segue intende rispondere a queste domande, non tuttavia secondo la prospettiva bibliografica, ma partendo dal punto di vista del mercato.¹ Esistono in Italia eccellenti repertori bibliografici di periodici – primo fra tutti, il *Catalogo dei periodici italiani* di Roberto Maini² – e cataloghi specializzati di ampia consultazione, come lo ACNP, nato negli anni 1970 per iniziativa dell'ISRD-CNR e oggi mantenuto dall'Università di Bologna.³ Tuttavia, né l'uno né l'altro effettuano (ma non è il loro obiettivo) una selezione ragionata delle rivi-

¹ Pretesto per la redazione di tale studio è stata la richiesta da parte del Ministero francese della ricerca di svolgere un'indagine di complemento allo studio, in corso di pubblicazione, sull'offerta di riviste in Scienze umane e sociali in Francia (la richiesta è stata estesa anche alla Spagna). Il nostro studio è stato condotto da maggio a settembre 2004 e i risultati globali sono stati presentati al convegno "L'édition de sciences humaines en Europe: enjeux et perspectives" (Lione, 8-9 dicembre 2004). Per il loro aiuto e i suggerimenti desideriamo ringraziare le seguenti persone: Doris Monopoli e Antonella Mangia, che hanno sistematizzato con pazienza e applicazione i dati; Michele Casalini (Casalini libri), che ci ha consentito di accedere alle basi di dati Casalini; Maria Selleri (Il Mulino), che ci ha informato sulle attività e i progetti della casa editrice; Piero Metelli (Biblioteca nazionale centrale di Firenze) e Enrico Martellini (Biblioteca della Scuola Normale di Pisa) che ci hanno descritto in anteprima i risultati del progetto RES; Piero Attanasio (Associazione italiana editori), Alberto Petrucciani (Università di Pisa) e Luca Burioni (Burioni srl), insieme ai quali abbiamo mosso i nostri primi passi.

² ROBERTO MAINI, *Catalogo dei periodici italiani. Con le statistiche della produzione di periodici in Italia*, Milano, Editrice Bibliografica, 2004. Nel nostro articolo utilizzeremo indifferentemente i termini "rivista" e "periodico" per indicare qualunque pubblicazione in serie a frequenza regolare che sia diversa da una collana di monografie, ma comunque a orientamento accademico e di ricerca.

³ Il catalogo è accessibile al seguente indirizzo: <<http://acnp.cib.unibo.it/cgi-ser/start/it/cnr/fp.html>> (salvo diversa indicazione, tutti i link sono stati visitati l'ultima volta il 30 ottobre 2004).

ste scientifiche, destinate cioè a un pubblico di docenti universitari, di esperti, di studenti e di quanti altri siano impegnati in attività di ricerca.

Una ricerca imperniata sul mercato delle riviste SUS deve innanzitutto delimitarne il campo, in particolare in rapporto alle gemelle STM (operanti cioè nel settore scientifico, tecnico e medico) e al ruolo preminente di cui queste ultime godono nel segmento della comunicazione scientifica.⁴ La frequenza regolare, che assicura il rapido trasferimento dei risultati di una scoperta in seno alla comunità di riferimento, la schiera di consulenti inseriti nei meccanismi decisionali editoriali, a partire dalla selezione degli articoli, il sistema di referaggio (alludiamo ovviamente al peer reviewing), tutte queste pratiche presenti nelle riviste STM sono funzionali a un sistema editoriale e scientifico che riesce a evitare, grazie appunto all'autovalutazione, la diffusione di risultati non controllati o scorretti e la costruzione di carriere accademiche posticce. Anche meccanismi di valutazione del contenuto contestati e contestabili come l'Impact Factor partecipano agli stessi obiettivi, privilegiando la rivista per il computo citazionale, e non altri supporti editoriali quali la monografia o il rapporto di ricerca.⁵ Questi fattori messi insieme – selezione degli articoli, peer reviewing, Impact Factor – tendono allo stesso risultato: la razionalizzazione dell'allocatione delle risorse economiche destinate alla ricerca scientifica, in genere molto più ingenti di quelle destinate alle SUS. Anche il mercato editoriale si adegua a tale approccio e assegna alla rivista un ruolo centrale nella sua strategia: un grande editore come Elsevier, ad esempio, pubblica quasi 2.200 titoli di riviste (al paragone, il più grande editore di periodici SUS italiano, Franco Angeli, non va oltre i 100 titoli).⁶ Tutt'altro invece avviene nell'ambito delle Scienze umane e sociali, dove la monografia ha un ruolo preminente per ragioni senza dubbio riconducibili alla propria retorica specifica, alla natura cumulativa del suo approccio metodologico

e alle necessarie sollecitazioni interdisciplinari. Il discorso umanistico si dipana su più pagine e si serve, nelle sue punte di eccellenza, dell'opera monografica, strumento comunicativo denso, complesso e, per proprio statuto, enciclopedico rispetto all'argomento trattato. Nella strategia comunicativa di un ricercatore SUS l'articolo è dunque solo la premessa per una riflessione di più ampia portata, suscettibile di essere sviluppata in ricerche e opere di maggiore respiro.

In altri contesti – ma questa caratteristica non è esclusiva – la rivista SUS può risultare strumentale a una politica di comunicazione di origine associativa o aziendale. Non sono rari, infatti, gli organismi professionali e industriali che affidano a un bollettino o a un notiziario il compito di trasmettere l'armamentario di nozioni e di temi che essi vorrebbero vedere ai primi posti dell'ordine del giorno nei dibattiti degli esperti e degli opinionisti. Per questo, alcuni enti economici (banche, organizzazioni industriali) affidano alla qualità e al prestigio di una rivista il ruolo di veicolo di promozione del proprio messaggio aziendale.

La grande varietà e tipologia dell'offerta editoriale periodica SUS pone problemi metodologici di non lieve entità al ricercatore. In Spagna e in Francia, l'inserimento di una rivista nel catalogo collettivo iberoamericano Latindex e nella base francese INIST avviene sulla base di una densa griglia di criteri di qualità editoriali individuati di comune accordo da editori e bibliotecari, grazie ai quali sono drasticamente selezionati i titoli in entrata.⁷ In Italia, purtroppo, l'assenza di selezione all'origine rende estremamente complicato il lavoro di chi voglia procedere a una distinzione ferma tra riviste di collegamento, di approfondimento, di divulgazione, ancorché di ottimo livello, e quelle più propriamente di ricerca, i cosiddetti *core journals* di una disciplina.

La selezione che abbiamo operato all'interno del nostro studio è avvenuta secondo la stessa metodologia di selezione che ha guidato le indagini parallele in Francia e in Spagna.⁸ Una prima lista di 1.061 titoli italiani è stata elab-

⁴ *Scholarly publishing. Books, journals, publishers, and libraries in the Twentieth century*, Richard E. Abel, – Lyman W. Newlin eds., New York, John Wiley, 2002; *Scholarly publishing. The electronic frontier*, Robin P. Peek – Gregory B. Newby eds., Cambridge (MA), London, MIT Press, 1996. In italiano manca uno studio complessivo sul settore dei periodici scientifici; per una prima introduzione mi permetto di rimandare al mio articolo *La comunicazione scientifica e il suo mercato*, "Biblioteche oggi", 21 (2003), 5, p. 37-57; Molto utili alcune parti del volume collettivo *Diciamolo chiaramente. Testi, immagini, poster e powerpoint per una comunicazione medico-scientifica efficace*, a cura di Paola De Castro, Silvana Guida, Bianca Maria Sagone, Roma, Il pensiero scientifico, 2004.

⁵ Sull'Impact Factor si veda in italiano ADRIANA DRACOS – GAETANA COGNETTI, *La letteratura scientifica: indicatori bibliometrici e bibliografici quali criteri integrativi per la valutazione obiettiva di un'attività di ricerca*, "Annali dell'Istituto superiore di Sanità", 31 (1995), 3, p. 381-390; voci critiche sono quelle di ANNA MARIA TAMMARO, *Qualità della comunicazione scientifica. 1: Gli inganni dell'Impact Factor e l'alternativa della biblioteca digitale*, "Biblioteche oggi", 19 (2001), 7, p. 104-107; Id., 2: *L'alternativa all'Impact Factor*, "Biblioteche oggi", 19 (2001), 8, p. 74-78. Tammaro è di nuovo ritornata sull'argomento in una rassegna sugli indicatori di qualità delle pubblicazioni scientifiche (*Indicatori di qualità delle pubblicazioni scientifiche ed open access*, in *Partecipare la scienza*, a cura di Adriana Valente e Daniela Luzi, Roma, Blink, 2004, p. 51-89. Si veda inoltre, nello stesso volume, l'interessante dibattito tra Alessandro Figà Talamanca (*Uso e abuso delle banche dati nella valutazione delle riviste e della qualità scientifica: un problema di potere*, p. 27-35) e Daniele Archibugi (*C'hi ha paura della bibliometria?*, seguito da una nota di commento di Alessandro Figà Talamanca, p. 37-49).

⁶ L'evoluzione del mercato delle riviste STM in ambito elettronico e la loro mutazione in basi di articoli è descritta in GIUSEPPE VITIELLO, *La comunicazione*, cit.

⁷ La base dati dell'INIST è in: <<http://www.inist.fr/PRODUITS/francis.php>>; il catalogo collettivo Latindex, il sistema informativo online delle riviste scientifiche pubblicate in America latina, Caraibi, Spagna e Portogallo, è accessibile al seguente indirizzo: <<http://www.latindex.org>>.

⁸ Lo studio è stato condotto sotto la direzione di Marc Minon, consulente editoriale e fondatore di LENTIC (Laboratoire d'études sur les nouvelles technologies, l'innovation et le changement) dell'Università di Liegi in Belgio, e Ghislaine Chartron, docente all'Institut National de la Recherche Pédagogique, Parigi.

Tab. 1 - Ripartizione statistica di riviste per disciplina

Disciplina	Titoli
I Filosofia, Logica, Epistemologia	42
II Religione, Teologia	21
III Psicologia, Scienze cognitive	58
IV Comunicazione, Informazione, Biblioteconomia	19
V Sociologia, Etnologia, Antropologia	37
VI Economia, Gestione	78
VII Scienze politiche	42
VIII Scienze giuridiche	71
IX Educazione	36
X Linguistica	21
XI Letteratura	116
XII Storia, Archeologia, Arte, Teatro, Cinema	114
XIII Geografia, Demografia	26
TOTALE	681

borata a partire dai repertori bibliografici di Maini e dell'ACNP, sulla base di due criteri fondamentali: esistenza corrente delle riviste e loro presenza in almeno dieci biblioteche. Una seconda selezione, frutto di controlli successivi e incrociati, è stata in seguito avviata in ragione di criteri anch'essi eminentemente editoriali: qualità professionale dell'edizione, regolarità dell'uscita, presenza del titolo in liste bibliografiche qualificate (oggi peraltro spesso disponibili in rete), chiara fama dell'autore istituzionale, esclusione dei titoli annuali. Per ovvi motivi la nostra selezione non è entrata nel merito dei contenuti, anche se sarebbe auspicabile che un comitato di esperti procedesse a una ulteriore valutazione dei *core journals* SUS italiani, se non altro per definire le regole del gioco di una migliore allocazione delle risorse economiche pubbliche in questo settore, che è pesantemente sovvenzionato, direttamente o indirettamente, da enti di ricerca, fondazioni culturali e organismi amministrativi e ministeriali.

Segue ora una breve descrizione degli strumenti bibliografici utilizzati:

- lo ACNP è alimentato direttamente da 1.058 biblioteche membri dell'ACNP e consultato da 2.431 biblioteche registrate. L'archivio ACNP include i dati relativi a 125.232 periodici;

- il *Catalogo dei periodici italiani* di Roberto Maini, l'opera bibliografica di riferimento nel campo, è aggiornato con frequenza regolare; per ogni scheda sono forniti: titolo e sottotitolo; anno di fondazione; periodicità; tiratura; direttore; editore; indirizzo, telefono e fax; e-mail e sito Internet; redazione; abbonamento; ISSN; anno di cessazione.⁹

Abbiamo avuto inoltre la possibilità di consultare *Le riviste Database*[®] dell'editore-distributore Casalini, una lista commerciale piuttosto completa di riviste in lingua italiana o

pubblicate nei paesi italo-foni (San Marino, Svizzera italiana, Città del Vaticano e Malta).¹⁰

La nostra indagine era in corso di elaborazione quando è stato pubblicato lo studio di fattibilità del progetto RES della Biblioteca nazionale centrale di Firenze, che mira a creare, in collaborazione con il Servizio bibliotecario nazionale, un servizio centrale di spoglio delle riviste per facilitare l'accesso ai loro articoli.¹¹

L'articolo che segue presenta le nostre conclusioni fondate su un campione finale di 681 titoli, suddivisi in 13 categorie tratte da una valutazione comparata originata da diverse classificazioni: Classificazione decimale universale (CDU); Classificazione decimale Dewey (CDD); classificazione della Library of Congress (LC). Le riviste prese in considerazione sono di tipologia assai disparata per il numero di pagine del singolo fascicolo, per la grande varietà tipologica e per la consistenza del parco abbonati. Un *caveat* preliminare: titoli di periodico non facilmente categorizzabili, come quelli relativi a riviste di carattere generale o ufficiale, che accettano articoli in più discipline, sono stati classificati nella sezione "Letteratura".

Dati quantitativi

Quante riviste SUS esistono in Italia? Il nostro campione mostra un'offerta editoriale di 681 titoli di periodici estremamente diversificata, riviste specializzate e generali, orientate all'approccio tematico (con numeri monografici) o pluridisciplinari, ma tutte di elevato valore scientifico, come dimostrano gli articoli e il loro ricco corredo di note bibliografiche e cospicue bibliografie. La tabella 1 raggruppa le riviste prese in esame nel campione, suddividendole secondo le categorie disciplinari individuate in seno al progetto comune franco-italo-spagnolo.

Il numero di titoli di periodici aumenta regolarmente, anche se non allo stesso ritmo con cui cresce il mercato librario. La rotazione delle riviste SUS è di lunga, anzi lunghissima durata in rapporto alla produzione di monografie che, tra titoli nuovi e ristampe, è quasi triplicata nel ventennio 1985-2004 (da 18.000 circa a oltre 50.000 titoli/anno).¹² Per alcune materie, come la filosofia o la religione, l'accesso di nuovi attori è poco frequente e i titoli esistenti coprono l'intero arco di ricerche disciplinari; per altre, il boom risale agli anni Sessanta e oltre. La tabella 2 ripartisce i 681 titoli secondo il decennio di nascita.

Come mostrano le tabelle 3-7, la crescita è esponenziale per discipline di nuova formazione o aventi autonomia universitaria recente: psicologia, scienze delle comunicazioni e le nuove branche del diritto, dell'economia e della gestione.

In genere, le riviste scientifiche hanno frequenza quadri-

⁹ ROBERTO MAINI, *Catalogo*, cit. Il volume è uscito nel settembre 2004; per la ricerca abbiamo dovuto perciò consultare l'edizione precedente.

¹⁰ <<http://digital.casalini.it/osservatorio/introduzione.asp>>.

¹¹ Il sommario del progetto è rinvenibile sul sito della BNCf: <<http://www.bncf.firenze.sbn.it/progetti/index.html>>.

¹² I dati sono ricavati da GIULIANO VIGINI, *L'Italia del libro. Struttura produzione e mercato editoriale*, Milano, Editrice Bibliografica, 1990 e *L'editoria libraria in Italia*, a cura dell'Ufficio studi AIE – Associazione italiana editori, Quaderni di libri e riviste d'Italia 49, Roma, Ministero per i beni e le attività culturali, 2002.

Tab. 2 - Riviste SUS: ripartizione secondo la data di fondazione

Disciplina	Prima del 1960	1960-1979	1980-1989	1990-1999	Dopo il 2000	Non disponibile	Totale
Religione	13		6	1		1	21
Infocomunicazione	1	2	6	6	4		19
Filosofia	16	6	9	5	4	2	42
Sociologia	6	14	6	7	4		37
Giurisprudenza	13	11	15	25	7		71
Economia	11	7	9	14	4	1	46
Gestione	3	6	8	8	6	1	32
Scienze politiche	7	10	11	8	6		42
Psicologia	3	13	11	22	7	2	58
Letteratura	28	40	18	25	3	2	116
Educazione	5	12	3	4	10	2	36
Linguistica	4	9	3	5			21
Archeologia	6	3	5	5	1		20
Storia	10	11	15	13	2	5	56
Geografia	2	7	4	7	1		21
Demografia	3		1		1		5
Arte e spettacolo	8	8	9	9	3	1	38
TOTALE	139	159	139	164	63	17	681

Tab. 3 - Psicologia, scienze cognitive

Data di fondazione	Numero di titoli
Prima del 1960	3
1960-1979	13
1980-1989	11
1990-1999	22
Dopo il 2000	7
Non disponibile	2
TOTALE	58

Tab. 4 - Comunicazione, Informazione, Biblioteconomia

Data di fondazione	Numero di titoli
Prima del 1960	1
1960-1979	2
1980-1989	6
1990-1999	6
Dopo il 2000	4
TOTALE	19

Tab. 5 - Sociologia, Etnologia, Antropologia

Data di fondazione	Numero di titoli
Prima del 1960	6
1960-1979	14
1980-1989	6
1990-1999	7
Dopo il 2000	4
TOTALE	37

Tab. 6 - Economia

Data di fondazione	Numero di titoli
Prima del 1960	11
1960-1979	7
1980-1989	9
1990-1999	14
Dopo il 2000	4
Non disponibile	1
TOTALE	46

mestrale, trimestrale e semestrale, mentre più rari sono i bimestrali, peraltro difficilmente sostenibili per un piccolo editore che, dovendo bilanciare i costi di produzione con i ricavi non esaltanti che derivano da un numero esiguo di abbonati, può permettersi unicamente frequenze meno ravvicinate. La tabella 8 descrive il ritmo di uscita delle riviste SUS per ciascuna delle categorie disciplinari.

Il mercato: editore – autore, istituzionale e commerciale

È il comitato scientifico che dà prestigio alla rivista, e non il contrario. L'aura di cui gode una collana di monografie

può certamente essere di giovamento alla promozione delle opere in essa inserite, ma non nella misura in cui può farlo l'organismo scientifico di direzione di una rivista con la sua politica di selezione degli articoli e l'adeguamento del loro contenuto alle esigenze dei lettori (il più delle volte espresso attraverso puntigliose linee guida indirizzate agli autori). Ora, un comitato scientifico è spesso l'espressione di un'associazione, un centro culturale, un dipartimento universitario o una rete di facoltà, che vanno considerati come veri e propri "autori" collettivi della rivista. Questa caratteristica rende l'economia dei periodici SUS molto diversa da quella libraria, giacché alcune parti del lavoro editoriale – la selezione, la redazione e, in alcuni casi, la produzione – sono spesso assunti dall'attore istituzionale, che lavora in stretta cooperazione con l'editore.

La tabella 9 mostra la tipologia di autori istituzionali presenti nel campione di riviste SUS per ciascuno dei settori disciplinari.

Sebbene non si possa parlare di un modello generalizzato, si può però asserire senza esitazioni che circa la metà delle riviste italiane non vedrebbe la luce senza il sostegno delle istituzioni, le quali sono all'origine di 287 titoli di periodici SUS su 681 (42%). La collaborazione prende diverse forme. Può trattarsi di una sovvenzione accordata all'editore, che si incarica poi di eseguire il ciclo di lavorazione, dalla selezione alla commercializzazione. Molto più spesso si tratta di effettuare il controllo di qualità degli articoli e l'esercizio di peer reviewing: selezione, commento e proposte di modifiche o di adattamento per la pubblicazione finale. In altri casi il lavoro di sinergia include il co-

Tab. 7 - Gestione

Data di fondazione	Numero di titoli
Prima del 1960	3
1960-1979	6
1980-1989	8
1990-1999	8
Dopo il 2000	6
Non disponibile	1
TOTALE	32

Tab. 8 - Frequenza di pubblicazione delle riviste SUS

Disciplina	Settimanale	Quindic.	Mensile	Bimestr.	Trimestr.	Quadrimestr.	Semestr.	n. d.	Totale
Religione			5	3	7	4	1	1	21
Infocomunicaz.			6	3	6	3	1		19
Filosofia				3	10	16	10	3	42
Sociologia		1	5	2	12	9	5	3	37
Giurisprudenza			8	13	35	11	3	1	71
Economia	2	1	6	6	11	15	4	1	46
Gestione	1	1	8	11	4	5		2	32
Scienze politiche			6	11	9	13	3		42
Psicologia				5	13	18	21	1	58
Letteratura	1		4	6	12	31	42	20	116
Educazione			5	4	8	13	3	3	36
Linguistica			1	1	2	3	10	4	21
Archeologia			1	2	2	3	6	6	20
Storia			1	1	9	18	21	6	56
Geografia			4	5	3	3	4	2	21
Demografia			1	1	2		1		5
Arte e spettacolo			11	2	5	7	6	7	38
TOTALE	4	3	72	79	150	172	141	60	681

Tab. 9 - Tipologia di "autori" istituzionali delle riviste SUS

Disciplina	Università e enti ricerca	Centri/fondazioni	Associazioni professionali e/o private	Ministeri/amministrazioni locali	Totale titoli
I Filosofia, Logica, Epistemologia	7	4	3		14
II Religione, Teologia	7	4			11
III Psicologia, Scienze cognitive	2	10	19		31
IV Comunicazione, Informazione, Biblioteconomia	1	2	5	1	9
V Sociologia, Etnologia, Antropologia	9	11	1		21
VI Economia, Gestione	10	20	8	1	39
VII Scienze politiche	2	7	3	1	13
VIII Scienze giuridiche	1	11	9		21
IX Educazione	4	1	6	1	12
X Linguistica	6	2	1	1	10
XI Letteratura	23	8	3		34
XII Storia, Archeologia, Arte, Teatro, Cinema	18	30	6	1	55
XIII Geografia, Demografia	3	5	8	1	17
TOTALE	93	115	72	7	287

ordinamento del lavoro di redazione e la correzione delle bozze, e può andare fino al pagamento dello stipendio a una segreteria di redazione.

Gli attori istituzionali presenti sul mercato sono di vario tipo: innanzitutto centri culturali e fondazioni, e poi università o loro dipartimenti e altri enti di ricerca. Non rare sono le associazioni professionali, un tipo di attore speciale perché non pubblico e perché riferito a un circolo di lettori espressione di comunità specifiche. In alcune discipline la presenza istituzionale è massiccia: in psicologia, dove le numerose associazioni riflettono la varietà delle terapie psicologiche e psicoanalitiche, in economia, perché la

pubblicazione di una rivista serve a rafforzare il prestigio dell'organismo economico che la finanzia, e in scienze politiche – quale *think tank* rinuncerebbe al suo bollettino di informazione?

Considerevole sul versante della produzione, la presenza dell'autore istituzionale si riduce notevolmente allorché si tratta di diffondere e fare circolare le pubblicazioni. La percentuale istituzionale del 42%, riscontrata in fase di produzione, cala a un risicato 8-9% nella fase di diffusione. A differenza non solo dei paesi anglosassoni, ma anche di Francia e Spagna, in Italia sono rare le university press – quelle unità operative universitarie o di enti di ricerca sov-

venzionate dagli organismi di appartenenza, ma capaci di operare in condizioni di mercato – che costituiscono il sistema nervoso della comunicazione editoriale SUS. Sia essa collocata in fase di produzione o in quella di commercializzazione, va detto però che la presenza istituzionale è indispensabile in un'area come il mercato periodico SUS, a diffusione limitata e dal ritorno economico poco interessante. L'intervento dei poteri pubblici è ammesso anche dagli economisti più liberisti in situazioni di *market failure* ed è necessario per sostenere un prodotto culturale e di formazione che, per solo merito dell'iniziativa privata, non riuscirebbe mai a penetrare il circuito commerciale.

Questa economia mista (settori pubblico-privato, istituzionale-commerciale) è forse il fattore più importante di frammentazione del mondo dell'editoria periodica SUS. Le *major* che dominano il mercato italiano (Mondadori, Longanesi, Feltrinelli) sono poco presenti in questo segmento; se un tempo vi si erano insediate, esse se ne sono allontanate. Riviste di spicco del dopoguerra ("Società", "Quaderni piacentini", "Botteghe oscure", "Officina") hanno sospeso la pubblicazione, mentre altre di gloriosa tradizione, come "Belfagor", sono passate a piccoli editori. Naturalmente, un certo indice di mortalità è fisiologico; tuttavia, non dovrebbe essere estranea al riassetto e alla ristrutturazione del settore la difficile congiuntura vissuta da molte case editrici nel decennio 1980-1990, quando tanti marchi editoriali sono stati fagocitati dal movimento di concentrazione dal quale sono emersi quattro grandi gruppi editoriali, che oggi coprono da soli il 90% del mercato librario in tutti i suoi canali.¹³ In seguito a tale congiuntura il segmento dell'editoria periodica universitaria – un settore poco redditizio con un potenziale di crescita trascurabile – è diventato dominio riservato a piccoli editori con poca visibilità in libreria e scarsa speranza di raggiungere il cliente individuale. Gli abbonamenti istituzionali sono in netta crescita percentuale e – come ha affermato un'esponente di una casa editrice da noi interrogata – superano l'acquisto individuale di riviste, che tende a scendere sotto il 50% delle vendite attuali. Si tratta di un mercato atomizzato, con una configurazione tipica a imbuto rovesciato, dove sono numerosi gli editori che pubblicano uno o due titoli di rivista e si contano sulle punte delle dita i "giganti" del settore, come appare evidente nella tabella 10.

Nella tabella 11 sono menzionati i venti editori che, nel nostro campione, pubblicano più di quattro titoli e che da soli, con 275 titoli, coprono il 40% del mercato.

Fino a che punto si può parlare di un mercato delle riviste SUS? Si tratta spesso di un mercato di servizio, estremamente dipendente dalla domanda e anche dalle elargizioni provenienti dagli organismi di ricerca. Lo dimostra indirettamente la scarsa copertura dell'ISSN (International

Tab. 10 - Editori di riviste SUS ripartiti per numero di titoli pubblicati

Numero di titoli	Numero di editori
1 titolo	217
2 titoli	27
3 titoli	8
4-6 titoli	9
7-10 titoli	6
11-20 titoli	2
21-30 titoli	
31-50 titoli	2
Oltre 50 titoli	1
TOTALE	272

Tab. 11 - I venti maggiori editori di riviste SUS (4 titoli e oltre)

Editore	Numero di titoli	Sede
Franco Angeli ¹⁴	56	Milano
Il Mulino	48	Bologna
Giuffrè	45	Milano
Istituti editoriali e poligrafici internazionali	17	Roma
Olschki	14	Firenze
Erickson	10	Trento
Vita e pensiero	10	Milano
Giunti- Barbera	9	Firenze
Ipsoa	9	Milano
Bulzoni	8	Roma
Edizioni scientifiche italiane	7	Napoli
Le lettere	6	Firenze
Borla	5	Roma
Giardini editori e stampatori	5	Pisa
Le Monnier	5	Firenze
Maggioli	5	Rimini
Clueb	4	Bologna
Editrice Bibliografica	4	Milano
Mondadori	4	Milano
Sipi	4	Roma

Standard Serial Number), un identificatore utilizzato essenzialmente nel circuito distributivo e nelle biblioteche (l'ISSN può essere infatti usato come codice a barra per la lettura del prezzo): ben 121 titoli su 681 (oltre il 17% dell'offerta) risulta non possedere un ISSN. È inoltre un mercato con una dimensione marcatamente nazionale, in cui neanche il 10% delle riviste è pubblicato in una lingua diversa dall'italiano.

¹³ *L'editoria libraria*, cit. Acuto osservatore del movimento di concentrazione in Italia è GIAN CARLO FERRETTI, *Storia dell'editoria letteraria in Italia, 1945-2003*, Torino, Einaudi, 2004. Ma la tendenza è planetaria; per l'editoria anglosassone vedi JOHN FEATHER, *Communicating knowledge. Publishing in the 21st century*, München, KG Saur, 2003 e, più critici, ANDRÉ SCHIFFRIN, *Editoria senza editori*, Torino, Bollati Boringhieri, 2000 e JASON EPSTEIN, *Il futuro di un mestiere. Libri reali e libri virtuali*, Milano, Sylvestre Bonnard, 2001; per l'editoria francese, *Où va le livre?*, a cura di J.-Y. Mollier, Paris, La Dispute, 2000.

¹⁴ Il numero di titoli di periodici di Franco Angeli (e di altri editori) presenti nel nostro campione non coincide con quello dichiarato dalle rispettive case editrici. La ragione è dovuta al fatto che nell'indagine abbiamo cercato di restringere i criteri di entrata, non includendo anche i titoli annuali, a frequenza irregolare o di scarsa diffusione nelle biblioteche.

Tab. 12 - Editori di riviste SUS. Ripartizione geografica

Disciplina	Nord	Centro	Sud	n.d.	Totale
Religione	10	9	1	1	21
Infocomunicaz.	11	7		1	19
Filosofia	22	12	8		42
Sociologia	18	16	2	1	37
Giurisprudenza	67	2	2		71
Economia	32	12	2		46
Gestione	24	6	1	1	32
Scienze politiche	23	18	1		42
Psicologia	32	23	1	2	58
Letteratura	43	51	15	7	116
Educazione	18	11	1	6	36
Linguistica	11	8	2		21
Archeologia	5	14	1		20
Storia	22	23	6	5	56
Geografia	11	9	1		21
Demografia	2	2	1		5
Arte e spettacolo	20	17	1		38
TOTALE	371	240	46	24	681

La geografia dell'edizione periodica SUS, invece, non contrasta con la localizzazione delle case editrici librarie. Nell'Italia del nord è situato il 53,9% delle imprese editoriali italiane (dati 2000)¹⁵ e pressoché simile è la concentrazione dei titoli: ben 371 sono infatti quelli pubblicati nelle zone settentrionali del nostro paese, pari al 54% dell'offerta (tabella 12).

La localizzazione nel Nord del paese è ancora più accentuata se indirizziamo la nostra analisi su quei venti editori che pubblicano più di quattro titoli: oltre il 70% delle riviste è concentrata nell'Italia del nord (tabella 13).

Milano si conferma capitale dell'editoria, con 128 titoli e un'editoria di nicchia: Franco Angeli, specializzato in gestione e management; Giuffrè, in diritto (ben 40 titoli presenti nel nostro campione, 29 in più rispetto al suo più diretto concorrente); Vita e pensiero, in scienze religiose; Editrice Bibliografica, in scienze librarie e biblioteconomiche. Un numero quasi equivalente (120 titoli) è pubblicato da editori con sede a Bologna, Firenze e Roma, specializzati in archeologia, storia, arti e filosofia. Una città, Trento, detiene il primato nelle riviste di psicologia (10 titoli).

La lenta transizione verso l'offerta elettronica

L'Osservatorio sull'editoria digitale di Casalini definisce così la transizione in atto:

Timidamente presenti nei primi tempi di Internet, gli editori italiani sono adesso consapevoli delle nuove opportunità: sono nate così nuove strategie per raggiungere una sempre maggiore qualità dei formati, per migliorare l'immagine della propria

presenza in Internet e per utilizzare la rete in funzione di una più complessa politica editoriale.¹⁶

Questa affermazione va però temperata dalla constatazione riguardante le condizioni commerciali dell'offerta di riviste, che non segue un modello di business ben stabilito. La strategia commerciale portata avanti dagli editori italiani SUS per la pubblicazione online delle riviste elettroniche rimane infatti esitante, sia da un punto di vista quantitativo che qualitativo. Nella prospettiva quantitativa, solo Franco Angeli, Il Mulino e Casalini hanno una massa critica di titoli che permette loro di poter organizzare intorno alla propria offerta una politica fortemente imperniata sulle opportunità consentite dalle tecnologie dell'informazione. Anche quando la massa critica esiste, come nel caso di Franco Angeli e Il Mulino (i soli che commercializzano online i propri titoli), gli editori sono incapaci di sfruttare appieno il mezzo elettronico: la versione digitale non è altro che la copia in PDF della versione a stampa e il modello di business è prevalentemente il pay-per-view. Quando invece gli editori sono istituzionali – e ciò accade, come abbiamo visto, nel 42% dei ca-

Tab. 13 - Ripartizione geografica dei venti maggiori editori di riviste SUS

Luogo di origine	Numero di titoli (20 maggiori editori)	Percentuale
Nord	195	70%
Centro	73	27%
Sud e isole	7	3%
TOTALE	275	100%

¹⁵ *L'editoria libraria in Italia*, cit.

¹⁶ <<http://digital.casalini.it/osservatorio/introduzione.asp>>.

Tab. 14 - Ripartizione per supporto dei titoli di riviste SUS

Disciplina	Online	Ibride (versione online + cartacea)	Utilizzano Internet a fini promozionali	Cartacee	n.d.	Totale
Religione		4	13	4		21
Infocomunicaz.	3	4	8	4		19
Filosofia	2	6	18	16		42
Sociologia	2	16	13	6		37
Giurisprudenza		57	14			71
Economia		31	13	2		46
Gestione		22	6	4		32
Scienze politiche		29	9	4		42
Psicologia	2	35	20		1	58
Letteratura	8	15	28	65		116
Educazione	5	13	17	1		36
Linguistica		2	11	8		21
Archeologia		8	11	1		20
Storia	6	15	27	8		56
Geografia		5	10	5	1	21
Demografia		1	2	2		5
Arte e spettacolo	3	24	4	7		38
TOTALE	31	287	224	137	2	681

si – la versione elettronica è offerta alle stesse condizioni di quella a stampa oppure è gratuita. Una parte significativa, inoltre, utilizza Internet esclusivamente per operazioni di promozione e di vendita, dove per promozione si intende l'offerta di indici, sommari, moduli di abbonamento, commenti o, nella migliore delle ipotesi, la disponibilità di alcuni articoli e contributi in linea. Le riviste esclusivamente in linea sono in numero assai ridotto, come mostra la tabella 14. La politica del supporto è fortemente influenzata dal campo disciplinare: le riviste di filosofia, letteratura e linguistica mostrano scarsa propensione a evolvere verso un supporto dinamico, mentre la percentuale di riviste ibride (in versione cartacea ed elettronica) in psicologia, sociologia, e soprattutto in economia, gestione e scienze politiche è elevata. È possibile che la situazione muti rapidamente nel breve termine? Prima di rispondere a questa domanda, verifichiamo l'offerta degli attori più importanti presenti sul mercato delle riviste SUS elettroniche: Franco Angeli, Il Mulino, Casalini, Libraweb.

Franco Angeli

Creata nel 1955, la casa editrice Franco Angeli ha un catalogo di 10.000 titoli, tra cui 96 riviste.¹⁷ Franco Angeli si impone dapprima come editore specializzato nei settori della gestione e del management, poi nella produzione di strumenti destinati alle nuove professioni dei servizi e del non profit e infine nella formazione universitaria e post-universitaria. In questi settori vanta il primato nell'editoria italiana. La sua offerta di riviste elettroniche comprende:

- le pagine dei sommari delle riviste con le registrazioni bibliografiche e, quando possibile, i testi in PDF;

- le informazioni sulle modalità di ricerca;
- le istruzioni sulle modalità di scaricamento in formato Acrobat PDF degli articoli sul proprio computer e di acquisto della carta *download credit*.

Il Mulino

La rivista "Il Mulino", nata nel 1951, dà origine nel 1954 alla casa editrice omonima, specializzata nella pubblicazione di testi di ricerca e di formazione universitaria e impegnata nel dibattito politico e culturale italiano.¹⁸ Dieci anni dopo, le sue attività editoriali sono affidate all'Associazione di cultura e di politica "Il Mulino", un'associazione senza fini di lucro.

Indirizzate a un ampio pubblico di studiosi così come alle comunità di specialisti, le riviste sono per Il Mulino un'attività fondamentale e un'officina di idee per le collane monografiche. Rappresentano anche una fonte di entrate ragguardevole, quantificabile nel 15,4% del fatturato globale (di cui il 5% riguarda il mercato internazionale). Stampate in media in 500 copie a fascicolo, i clienti sono istituzionali e individuali: rispettivamente il 54,8% e il 45,2%. Il mercato è tuttavia in stagnazione e non registra da tempo un incremento del numero degli abbonati.

L'editoria elettronica de Il Mulino si fonda su una strategia strutturata in tre punti:

- *Rivisteweb*, l'archivio elettronico che raggruppa la grande maggioranza delle riviste pubblicate da Il Mulino;
- *AulaWeb*, uno spazio in rete che raccoglie materiali eterogenei a integrazione dei contenuti manualistici, che possono essere utilizzati per corsi universitari;
- cd-rom documentari e didattici inclusi nel libro venduto.

¹⁷ <<http://www.francoangeli.it/Riviste/Default.asp>>.

¹⁸ <<http://www.mulino.it/edizioni/riviste/index.php>>.

Rivisteweb comprende 34 riviste di interesse generale specializzate nelle seguenti discipline: psicologia, sociologia/politica, economia, diritto ed economia, diritto, media e organizzazione della cultura e delle politiche sociali. Tali riviste sono offerte sia nella versione a stampa, sia in quella online. Aulaweb comprende gli aggiornamenti e i contenuti supplementari – ad esempio, il supplemento degli esercizi – di 37 volumi in libero accesso per i clienti registrati aventi uno statuto di studenti o di professori. I corsi sono tutti accessibili on line.

Casalini libri. Digital division

Casalini libri è una casa di distribuzione nata verso la fine degli anni Cinquanta per soddisfare la domanda di libri italiani e di riviste proveniente dalle biblioteche americane.¹⁹ Di dimensione internazionale, la società ha oggi un personale di quasi settanta operatori.

La Casalini Digital division, creata nel 1999, offre due tipi di basi di dati:

– *I libri Database*[®], una base bibliografica di 905.231 titoli pubblicati in Italia e zone italofone (Città del Vaticano, Repubblica di San Marino e Malta). Le notizie bibliografiche sono aggiornate ogni settimana e precedono la pubblicazione del volume;

– *Le riviste Database*[®], una base bibliografica di 16.422 titoli di rivista. I contenuti di alcune di esse sono in full text. Le descrizioni bibliografiche delle due basi di dati hanno un buon livello di accuratezza.

Ma certamente il prodotto più interessante è *Editoria italiana online*, una base di oltre 700 titoli. La collezione, accessibile in cinque lingue (italiano, inglese, francese, tedesco e spagnolo), è formata a partire dalle due basi bibliografiche e offre, ne *I libri Database*[®], i testi elettronici di più di 600 opere e, ne *Le riviste Database*[®], l'accesso a 109 riviste di undici editori, tra cui il blocco delle 79 riviste pubblicate dagli Istituti editoriali e poligrafici internazionali.

Casalini ha optato per una strategia fondata sull'apertura alle case editrici di piccola e media dimensione, che si sono accordate per vendere online le loro pubblicazioni secondo un unico modello di business. Le trattative con gli editori, svoltesi nel 2003, sono state fruttuose, anche se l'impegno pedagogico, secondo Casalini, rimane notevole e mira a convincere questi ultimi che le violazioni per diritto d'autore nell'universo digitale sono tutto sommato trascurabili e le versioni elettroniche delle riviste non possono essere esattamente identiche a quelle a stampa. Casalini ha partecipato al progetto pilota di deposito legale delle pubblicazioni elettroniche presso la Biblioteca nazionale di Firenze.

Libraweb

Libraweb è un portale creato da cinque case editrici localizzate a Pisa e Roma: Istituti editoriali e poligrafici internazio-

nali (Pisa-Roma), Giardini (Pisa), Edizioni dell'ateneo (Roma), Gruppo editoriale internazionale (Pisa-Roma) e Accademia editoriale (Pisa-Roma).²⁰ Essi offrono ai loro abbonati l'accesso gratuito agli articoli in versione elettronica. Il portale ha una presentazione estremamente semplificata; tramite password, si accede in esclusiva alla base di articoli.

Quali modelli di business nell'editoria elettronica italiana?

Al fine di identificare meglio la fisionomia delle riviste elettroniche SUS, diamo ora qualche informazione sul modello di business proposto nelle loro offerte da Il Mulino, Franco Angeli e Casalini libri.

Franco Angeli

La base degli articoli delle riviste di Franco Angeli è stata ultimata alla fine degli anni Novanta. La pagina del sito propone una carta *download credit*, grazie alla quale si ha accesso agli articoli di tutte le riviste nella loro versione integrale in PDF a partire dal 2000. La versione elettronica è gemella della versione a stampa e ne rispetta la numerazione delle pagine. La carta *download credit* ha validità permanente ed è necessaria per scaricare le riviste dell'editore milanese. L'acquirente già abbonato a una rivista Franco Angeli, che sia interessato agli articoli di un'altra rivista dello stesso editore, ha tre possibilità di *download credit*:

€ 13,00 (per lo scaricamento di 6 articoli);

€ 52,00 (per 30 articoli);

€ 83,00 (per 60 articoli).

Per gli utenti non abbonati a una rivista Franco Angeli, la tariffa è più elevata:

€ 13,00 (per lo scaricamento di 3 articoli);

€ 52,00 (per 20 articoli);

€ 83,00 (per 40 articoli).

Il Mulino

Iniziata nel 2003, lo sviluppo della digitalizzazione delle riviste della casa editrice Il Mulino ha seguito una strategia diversificata che tiene conto dei progressi realizzati dall'editoria internazionale, senza dimenticare la specificità del mercato universitario italiano. La sua politica elettronica si è svolta in tre tappe: nella prima il modello adottato era il pay-per-view. Nella seconda il pay-per-view è rimasto vivo unicamente per i clienti individuali. Per gli editori istituzionali Il Mulino propone degli abbonamenti alle riviste raggruppate sotto il marchio Rivisteweb (sia su formato cartaceo che in linea) e un servizio di scaricamento degli articoli presenti nell'archivio elettronico. La rivista "Polis", ad esempio, viene venduta nella doppia versione a € 87,00 all'anno (tariffa istituzionale), mentre l'abbonamento alla sola versione cartacea è di € 66,00. L'accesso al full text è differenziato:

¹⁹ < <http://digital.casalini.it/default.asp>>.

²⁰ < <http://www.libraweb.net>>.

– per i non abbonati o gli abbonati alla sola versione cartacea lo scaricamento del file è offerto al prezzo di € 6,00 con carta di credito (ma l'anno corrente non è reso disponibile);
 – per gli abbonati 2004 alla versione cartacea e online il servizio di scaricamento dell'anno corrente è offerto su abbonamento; come bonus supplementare la casa editrice offre gratuitamente l'accesso agli articoli dell'anno precedente. Gli articoli degli anni meno recenti sono invece venduti al prezzo di € 4,50 ciascuno.

Pur mantenendo un atteggiamento prudente causato dal timore di “cannibalizzare” la commercializzazione delle riviste a stampa, Il Mulino sta ora aprendo trattative con i consorzi bibliotecari per la concessione di licenze di accesso. I risultati sono finora modesti, ma incoraggianti. Nel suo orizzonte strategico la casa editrice intravede la possibilità di stringere accordi con i maggiori portali per la vendita degli articoli sul mercato internazionale grazie all'adozione del DOI (oggi applicato a 15.000 “oggetti”) e al miglioramento della interfaccia di ricerca dei metadati.

Casalini libri

Casalini propone degli abbonamenti ai seguenti pacchetti informativi:

- I libri Database® e Le riviste Database®, di contenuto esclusivamente bibliografico;
- I libri Database® Plus e Le riviste Database® Plus, che contengono i testi elettronici e gli indici di 700 pubblicazioni di rilevanza nelle scienze sociali e in campo giuridico ed economico.

Indirizzata innanzitutto al cliente biblioteca, le tariffe dei due pacchetti sono regolate in funzione del numero potenziale di utilizzatori, con sconti supplementari riservati ai consorzi di biblioteca. L'accesso via log o con password personale a I libri Database® Plus e a Le riviste Database® Plus è gratuito per il personale della biblioteca che utilizza le basi Casalini per la selezione e le acquisizioni di libri.

Gli articoli sono in un formato PDF leggermente adattato per mantenere un controllo sull'utilizzo del file scaricato; una loro conversione in HTML sarebbe troppo onerosa. La navigazione nel portale permette una ricerca in full text e ordina i risultati sulla base di criteri di rilevanza (in prima posizione se la parola è nel titolo, in seconda se nel testo pieno).

Casalini offre la sua base di dati alle tariffe seguenti: € 12.000,00 per l'abbonamento al pacchetto Editoria italiana online (monografie + riviste); € 7.000,00 per Le riviste Database® Plus e 5.000,00 per I libri Database® Plus. Nel 2005 Casalini intende diversificare la sua strategia grazie all'offerta di pacchetti tematici. Uno dei principi della sua politica tariffaria è quello di far pagare esclusivamente le novità. La tariffa di abbonamento a I libri Database® Plus nel 2005 resta quindi immutata perché l'incremento di titoli elettronici in offerta è doppio rispetto al 2004, ma quella per Le riviste Database®, il cui incremento rispetto all'anno precedente è del 20%, è a costo più contenuto per chi rinnova l'abbonamento. In caso di mancato rinnovo, l'accesso ai contenuti già acquisiti rimane garantito, anche se a un prezzo ridotto.

Frammentazione della produzione: nani sulle spalle dei nani?

Chi sostiene che la libertà di espressione in editoria è assicurata dall'estrema diversificazione della proprietà editoriale troverà conforto alle sue opinioni: nella fase attuale, nessun gruppo occupa una posizione dominante nell'editoria periodica SUS italiana. Unica eccezione: il settore giuridico dove la proprietà dei titoli di riviste è distribuita nel modo indicato dalla tabella 15.

Considerata in genere come una caratteristica positiva in editoria, la diversificazione rischia tuttavia di porre alcuni ostacoli alla rapida conversione delle riviste SUS al supporto elettronico. Solo Il Mulino e Franco Angeli, infatti, possono essere considerati i “giganti” del settore – ma siamo ben lontani dalle 2.200 riviste di Elsevier! – e possono perciò sostenere i costi di gestione di un sistema “ibrido” di accesso elettronico e di gestione degli abbonamenti, fuori dalla portata di un piccolo editore. L'esistenza di un portale di aggregazione aperto a più editori potrebbe facilitarne la gestione, ma l'unico esistente – Le riviste Database® di Casalini – è sottoutilizzato.

Anche l'elevato numero di attori “istituzionali” frena la transizione verso l'offerta elettronica. Ricordiamo che questi ultimi sono all'origine del 42% delle riviste (287 titoli SUS su 681), per le quali organizzano la selezione degli articoli, il controllo di qualità, la redazione e, in qualche caso, anche il finanziamento della fabbricazione e della distribuzione. In teoria la soluzione è semplice: tali attori potrebbero inserire direttamente le loro pubblicazioni sul web e renderle disponibili al grande pubblico della comunità scientifica internauta, magari seguendo standard OAI. Proprio su questa strada si sono incamminate una serie di università che, spinte dai loro organismi bibliotecari, hanno creato archivi di pubblicazioni in open access: è il caso di Firenze, Bologna, Trento, Padova, Messina, e non c'è dubbio che diverse altre si aggiungeranno negli anni a venire. Nonostante le sempre più numerose adesioni di principio, questo modello rischia di trovare qualche difficoltà a espandersi in Italia, per difetto di competenze editoriali in ambito universitario e per mancanza di volontà del corpo docente: dopo tutto, né le biblioteche, né altri dipartimenti universitari hanno vocazione ad assumere la funzione editoriale. Eppure, se gli attori istituzionali rimangono immobili, è difficile aspettarsi un comportamento dinamico da parte del settore privato: gli editori che pubblicano e distribuiscono il contenuto di una rivista senza possederne il marchio, infatti, sono poco interessati a investire sulla digitalizzazione dei contenuti.

Tab. 15 - Editori presenti nel settore disciplinare delle scienze giuridiche

Editore	Numero di titoli
Giuffrè	40
Il Mulino	11
Franco Angeli	10
Altri	10
TOTALE	71

Conclusione: più portali, un portale, nessun portale

Attualmente sono quattro i portali di aggregazione che offrono l'accesso alle riviste elettroniche: due sono proprietari (Franco Angeli e Il Mulino) e due sono invece aperti a più case editrici: Libraweb e Casalini.

È difficile prevedere che i due portali proprietari si uniscano per lanciare il portale unico delle pubblicazioni italiane: le strategie di vendita de Il Mulino e di Franco Angeli sono differenti, senza dimenticare che le due case editrici concorrono nelle stesse discipline: economia e gestione, storia, scienze politiche. Nello stesso tempo, è difficile anche pronosticare che, così come sono attualmente concepiti, tali portali proprietari possano aprirsi ad altre case editrici di dimensioni minori. Sono proprio queste ultime, peraltro, che tenderebbero a resistere, sospettose di affidare i loro contenuti a concorrenti tanto agguerriti. Nel mondo editoriale fisico (e non virtuale) non è appunto la distribuzione il classico collo di bottiglia che favorisce immancabilmente il grande editore e impedisce al piccolo di raggiungere il grande pubblico? Il monitoraggio degli accessi permetterebbe inoltre ai grandi del settore di accumulare informazioni preziose sulla sfera relazionale e la rete di clienti dei piccoli editori di riviste (in genere, il capitale più prezioso di una piccola e media impresa).

Quanto ai portali aperti a più case editrici, va notato che Libraweb offre unicamente uno strumento di accesso riservato agli abbonati alle riviste di cinque case editrici di Pisa e Roma, senza fornire alcun servizio a valore aggiunto. Esso sembra essere dunque il frutto di un compromesso commerciale piuttosto che uno strumento di comunicazione: perché possa avere un futuro, dovrebbe aprirsi a un numero più elevato di editori, elaborare una gamma di servizi e proporre una politica tariffaria strutturata.

Va infine notata la strategia discreta, ma efficace, di Casalini che è già in condizioni di sostituire Libraweb con la sua offerta di oltre cento titoli e la seguente gamma di servizi: una ricca base di registrazioni bibliografiche ben nota all'estero, propri meccanismi di distribuzione degli articoli e una politica tariffaria articolata e costruita su misura del cliente. Casalini non crea gerarchia tra editori e, benché in origine orientato verso il mercato internazionale, non nasconde le sue ambizioni di attaccare il mercato interno, facendo de Le riviste Database® il portale di aggregazione delle riviste italiane. In altri termini, Casalini vorrebbe essere per gli editori italiani ciò che Ingenta – l'aggregatore che raccoglie il maggior numero di titoli al mondo – è per gli editori di tutti i paesi.

Le strategie plurime del settore privato contrastano fortemente con il movimento impetuoso e unidirezionale del-

l'accesso aperto, che sta soffiando nell'ambito delle biblioteche universitarie di tutto il mondo, anche italiane.²¹ La recente Dichiarazione di Messina (novembre 2004) ha legittimato il movimento dell'accesso aperto presso la CRUI (Conferenza dei rettori delle università italiane), il massimo organo di iniziativa in ambito universitario. I versamenti di documenti in archivi aperti secondo il protocollo OAI si stanno infittendo. Basterà citare in questa sede la Firenze University Press, che pubblica tredici riviste scientifiche e un centinaio di pubblicazioni, e la Bononia University Press. La LIUC, una università privata specializzata in economia, giurisprudenza e ingegneria, ha fatto della sua biblioteca – la “Mario Rostoni” – il punto di distribuzione in linea a titolo gratuito dei *working papers* e di altre pubblicazioni. La LIUC pubblica anche una rivista online, “The European journal of comparative economics”, e coordina ESSPER, una raccolta di sommari e di indici tratti da 430 riviste, per un totale di 182.496 articoli in scienze economiche, sociali, giuridiche e storiche. E circa il 10% delle università italiane ha già creato, o è in procinto di creare, archivi istituzionali ad accesso aperto.²²

L'editoria “alternativa” italiana differisce da quella tradizionale, e anche dalle university press inglesi, francesi e spagnole in almeno tre punti. Innanzitutto, essa adotta nella quasi generalità un diverso modello di business non incentrato sul diritto d'autore, ma sul cosiddetto *author-pay model*, dove la copertura delle spese di funzionamento sono garantite dall'ente finanziatore istituzionale (università, organismo di ricerca ecc.), e non dal consumatore. In secondo luogo, applica l'OAI, un protocollo di grande potenza che permette di fare a meno di portali unici, creando archivi distribuiti di pubblicazioni. Infine, ha trovato immediata risposta presso i consorzi italiani di biblioteca, dai quali è recepita come una sorta di alleanza di consumatori, in contrapposizione ai portali privati di tipo proprietario.

Fino a che punto il movimento dell'accesso aperto sarà in grado di contrastare o di influenzare lo sviluppo delle iniziative private? Qual è il grado di intersezione delle due tendenze in un paese come l'Italia in cui fino a poco tempo fa le university press, a differenza di Francia e di Spagna, erano praticamente inesistenti e dove la contrapposizione tra settore pubblico e settore privato non ha ancora assunto il tono acceso che porta oggi le massime istituzioni accademiche ad aprire case editrici alternative a quelle dei grandi gruppi editoriali globali di carattere commerciale?

La risposta è per il momento aperta. In un prossimo articolo, dedicato appunto alla editoria universitaria in Italia, affronteremo il tema della sua catena specifica di comunicazione, descrivendo le iniziative di accesso aperto, così come le prospettive e gli spazi di collaborazione tra settore pubblico e privato.

²¹ Una monografia di grande interesse sull'open access è: *Trasmissione d'élite o accesso alle conoscenze? Percorsi e contesti della documentazione e comunicazione scientifica*, a cura di A. Valente, Milano, Franco Angeli, 2002. All'accesso aperto è dedicato un vasto spazio del sito INFER, che propone anche una esaustiva bibliografia sull'argomento: <<http://www.infer.it>>.

²² Per FUP e BUP vedi <<http://epress.unifi.it>> e <<http://www.buonline.com>>; l'archivio in libero accesso della LIUC e il sito ESSPER sono, rispettivamente, agli indirizzi: <<http://www.biblio.liuc.it/biblio/liucpap/default.htm>> e <<http://www.biblio.liuc.it/biblio/essper/default.htm>>.