

Circuiti commerciali e non commerciali del sapere - 1

GIUSEPPE VITIELLO

NATO Defense College, Roma
vitiello@fastwebnet.it

Dinamiche dell'innovazione nella formazione e nell'evoluzione del mercato

Nel 2003 la rivista "Biblioteche oggi" ospitò un mio contributo sul mercato della comunicazione editoriale scientifica, in cui, analizzando gli studi allora disponibili sull'economia editoriale e sulle nuove prospettive aperte dall'open access, descrivevo le caratteristiche della filiera dopo che le nuove tecnologie e i processi di disintermediazione sulla catena del libro (o più propriamente, sul mercato delle riviste scientifiche) ne avevano profondamente sovvertito i fondamentali.¹

A distanza di circa dieci anni da quella pubblicazione, la cornice generale entro cui si svolge la produzione e la distribuzione della comunicazione editoriale scientifica è talmente mutata e tanti sono i nuovi entranti e le problematiche, che mi è sembrato utile ritornare sul tema, se non altro per esplorare i mutati contesti e le innovazioni di processo. Seppure difficilmente riassumibili in poche righe, le tendenze in atto possono, a mio avviso, essere descritte in tre grandi scosse che hanno radicalmente ridisegnato il paesaggio editoriale.

La prima di esse è costituita dall'espansione del digitale in ognuno dei segmenti, dei processi e degli anelli della catena, grazie all'affermarsi generalizzato e universale degli e-book, delle piattaforme di distribuzione delle risorse elettroniche e delle applicazioni oggi disponibili sui supporti digitali. La nuova generazione di tablet e i servizi ad essi collegati comportano un livello di disintermediazione ancora più accentuato, ma anche la possibile egemonia di alcuni degli attori che godono del vantaggio competitivo derivato dalla situazione di prossimità con l'utente finale.

La seconda tendenza in atto è il progresso dell'open access, dove il contenuto è offerto a titolo gratuito agli

utenti e sono spesso gli autori, o le istituzioni da cui dipendono, che finanziano la pubblicazione delle opere. L'onda lunga dell'accesso aperto non ha mutato i fondamentali del mercato della comunicazione editoriale scientifica, com'era stato un tempo auspicato dagli entusiasti promotori, e neanche è riuscita a scalfire il potere degli "oligopoli del sapere".² Pur essendo elemento insopprimibile dell'editoria scientifica contemporanea, l'open access deve necessariamente trovare i suoi sbocchi per mezzo dei motori di ricerca e di supporti tecnologici mobili (cellulari e tablets). Non lo si può quindi considerare un'isola istituzionale, con propri meccanismi produttivi e distributivi, perché i suoi contenuti circolano tramite i canali posseduti dai grandi gruppi delle tecnologie dell'informazione. I quali ambiscono ad assumere una posizione dominante, se non monopolistica, su molti degli anelli tradizionali della catena. Malgrado tali svantaggi e storture, l'open access ha segnato molti punti a suo favore, guadagnandosi il sostegno convinto della comunità accademica e dotandosi di un'offerta rilevante di pubblicazioni.

La terza fenomenologia da prendere in considerazione è l'avvento di Google Books, un nuovo entrante che, in pochi anni e a tappe forzate, si è imposto su ogni terreno e segmento della catena. Il suo impatto è talmente intenso che ogni operatore è oggi obbligato a rivedere la sua strategia di sviluppo e a riposizionare risorse ed assetti secondo le nuove articolazioni dettate dal colosso di Mountain View e dalla manciata di imprese sue pari che ambiscono ad occupare gli stessi segmenti di mercato.

Fa parte di tale nuova articolazione la messa in discussione della tradizionale distinzione tra circuito commerciale e circuito non commerciale del libro, una cer-

tezza stabile nel retroterra culturale degli operatori di biblioteca, anche se è chiaro che un'industria come l'editoria, se vuole essere culturale, non può unicamente limitarsi a vendere prodotti, e una rete eminentemente culturale, com'è quella delle biblioteche, non può disinteressarsi delle condizioni industriali e commerciali degli oggetti di cui si occupa.

La sfida lanciata alle biblioteche è ormai di carattere identitario: può ancora permanere un circuito non commerciale della comunicazione editoriale scientifica all'epoca di Google, che ha l'ambizione di diventare in pochi anni il più grande editore, la più grande libreria e la più grande biblioteca al mondo? Come possono le biblioteche resistere alle logiche di sviluppo del circuito commerciale continuando a mantenere le loro funzioni tradizionali? E se la separazione tra i due circuiti perdura, ha senso fondarla all'interno della stessa cornice istituzionale e sugli obiettivi che l'hanno contraddistinta *nel passato*?

Queste domande, già critiche al tempo in cui lo strapotere dei gruppi editoriali scientifici aveva sminuito il ruolo delle biblioteche, convertendole in agenti contabili dediti alla gestione di abbonamenti e di pacchetti informativi confezionati dai produttori, sono diventate cruciali davanti all'ultima scossa che ha di recente investito il mondo del libro: quella, forse tellurica, degli e-books. Non a caso si parla di terza, o di quarta rivoluzione del libro,³ perché l'e-book sta già provocando un riorientamento generalizzato del mercato delle opere a stampa, delle pratiche di lettura, nonché della geografia e della storia dell'edizione. Per qualificare la natura del cambiamento in atto, occorre però non lasciarsi avvincente da tesi deterministiche, che vedono nell'avvento dei nuovi supporti e nella realizzazione di prodotti sempre più avanzati la fonte principale, se non esclusiva, delle mutazioni in corso. Non è l'e-book da solo, infatti, che determina la ristrutturazione nelle linee di produzione delle case editrici, la riconfigurazione delle tipologie di aziende, l'entrata di nuovi attori e il generale riposizionamento di quelli tradizionali all'interno dei circuiti commerciali e non commerciali.

Questo studio intende analizzare la posizione degli attori tradizionali lungo la catena della comunicazione editoriale scientifica di carattere digitale e il ruolo particolare delle biblioteche. Molti lavori hanno già trattato le dimensioni e le caratteristiche della nuova offerta digitale e denunciato a giusto titolo le anomalie del mercato e il paradosso, secondo cui contenuti di natura pubblica sono messi in commercio alle condizioni,

spesso incredibilmente onerose, decise dai grandi gruppi editoriali.⁴ Questo studio ha invece l'ambizione di esplorare le mutazioni lungo la catena della comunicazione scientifica derivate dall'affermazione degli e-book e dalla diffusione generalizzata di piattaforme integrate di distribuzione delle risorse elettroniche disponibili in varie applicazioni.

Esso è diviso in tre parti. La prima è dedicata alle dinamiche di innovazione e a quelli che sono, o sono stati, i fattori di formazione e di evoluzione del mercato dell'editoria e del mondo delle biblioteche. Le mutazioni in atto, infatti, non riguardano indifferentemente e omogeneamente tutti i segmenti della catena, né possono essere trasferite con facilità da un settore a un altro. Ciascuno di essi sviluppa una propria dinamica, consona alla sua natura istituzionale e dipendente dal modo in cui l'innovazione è interpretata e sviluppata. Inoltre, i cambiamenti che percepiamo hanno già introdotto gradi estesi di disintermediazione nel mercato e ancora maggiore disintermediazione (e di conseguenza, concentrazione) è prevedibile per effetto delle iniziative intraprese da Google, Amazon, Apple ed altri.

In questa prima parte si darà notevole risalto alle politiche istituzionali a favore del libro e alla loro evoluzione in ambiente digitale. Il tema può sembrare marginale rispetto ai problemi contemporanei dell'editoria digitale ed estraneo ai suoi aspetti tecnici e professionali. In realtà, se si parte dal concetto che le tecnologie sono re-interpretate (o re-inventate) in funzione degli interessi economici e professionali degli attori che se ne appropriano,⁵ è fondamentale conoscere quali sono le evoluzioni specifiche dei distinti segmenti, giacché il futuro del settore sarà deciso non solo dalla forza organizzativa e finanziaria delle imprese, ma anche dal modo in cui sia le istituzioni pubbliche, sia il settore privato sapranno indirizzare le loro strategie e mobilitare il proprio capitale intellettuale, sviluppando attività e alleanze inter-settoriali con cui rafforzeranno o contrasteranno le posizioni detenute dai gruppi oggi egemoni sul mercato. La seconda parte dello studio esamina i primi tentativi d'integrazione tra circuito commerciale e non commerciale del libro, ma anche le distorsioni e le contraddizioni che ne derivano. Si vedrà, ad esempio, come il modello di cooperazione applicato dalle biblioteche nel campo dell'informazione bibliografica possa entrare in crisi quando si combina alla formula del vantaggio competitivo tipica del settore privato. E come anche il governo dei beni comuni sviluppato nella gestione delle pubblicazioni in open access possa svilupparsi in una più sot-

tile “tragedia”, quando tali pubblicazioni sono recuperate come prodotti a valore aggiunto nelle grandi banche di periodici commercializzate dalle multinazionali del sapere. Entrambi gli esempi dimostrano che, se non si riflette abbastanza sulle modalità di governo⁶ delle innovazioni di processo, l’integrazione tra rete commerciale e non commerciale del libro rischia di trascendere in cortocircuito e di dare origine alla cannibalizzazione del segmento più debole. La cooperazione con i grandi gruppi editoriali e con Google, infatti, non è esente da rischi e, se non è bilanciata da strumenti correttivi, può rimettere in causa il peso relativo delle forze in campo e compromettere l’esistenza dell’anello più debole: le biblioteche.⁷

Nella terza parte dello studio, infine, si procederà alla mappatura delle funzioni per ciascuno dei segmenti della comunicazione editoriale scientifica, descrivendo l’infrastruttura prossima ventura del libro digitale e la situazione specifica di mercato delle imprese e delle istituzioni che vi operano. Si cercherà inoltre di prospettare gli scenari possibili delle biblioteche, i punti di forza attuali e le posizioni cedute al settore privato, mostrando che il rendere di nuovo comuni i beni che l’istituto della proprietà intellettuale ha reso esclusivi non basta da solo a tutelare l’interesse pubblico. Occorre oggi andare oltre e sviluppare una strategia di riappropriazione che corregga in modo definitivo le distorsioni del mercato e restituisca trasparenza, pluralismo e razionalità all’offerta di beni proposti dalle università e dagli istituti di ricerca.

1. Come cambia il mercato editoriale

Ci insegna Schumpeter che le innovazioni non sorgono sempre come risposta ai nuovi bisogni dei consumatori, ma sono il risultato dell’apporto del produttore, che inventa nuove cose o produce le stesse cose con metodi differenti.⁸ L’innovazione può acquistare una rilevanza economica quando un prodotto è modificato radicalmente o reinventato secondo criteri più funzionali e consoni alle aspettative del consumatore. Appare dunque sul mercato un bene totalmente nuovo rispetto a quelli cui il consumatore era abituato, oppure dotato di qualità diverse, immediatamente percepite come più convenienti rispetto alle tradizionali. L’introduzione di un nuovo metodo, non ancora esperito nelle pratiche della filiera, oppure di un nuovo modo di trattare commercialmente il prodotto può rappresentare un altro tipo di innovazione, che riguarda la riconfigurazione

dei processi di produzione. Un settore può avere uno sviluppo imprevisto e innovativo anche quando cambiano le posizioni degli attori in campo: quando ad esempio si apre un nuovo mercato, si scopre un’ulteriore fonte di approvvigionamento, come una materia prima fino a quell’epoca non sfruttata, oppure quando si crea (o viceversa, si rompe) una posizione di monopolio.

Innovazione di prodotto e innovazione di processo non bastano però da sole a determinare il vantaggio competitivo di un’azienda nei confronti dei concorrenti. Secondo la nota analisi di Porter, un’impresa si trova in posizione di forza o di debolezza rispetto a un’altra quando nel suo ambiente economico cinque forze concorrono a rafforzare, o a erodere, la sua situazione di vantaggio e la sua competitività sul lungo termine. Tali forze sono: a) la presenza di concorrenti diretti che offrono la stessa tipologia di prodotto o di servizio sul mercato; b) il potere contrattuale dei fornitori presso cui l’azienda acquista le materie prime necessarie a lavorare il prodotto o il servizio offerto; c) il potere contrattuale dei clienti e la loro capacità di integrarsi e di influenzare il prezzo del prodotto o del servizio offerto; d) gli entranti potenziali, ossia gli attori suscettibili di entrare nel mercato e minacciare così il vantaggio competitivo di un’azienda; e) la produzione di beni sostitutivi grazie ai quali i bisogni dei clienti possono essere soddisfatti in modo diverso dai beni tradizionalmente presenti sul mercato.⁹

Nelle pagine che seguono descriveremo i principali fattori di formazione e di innovazione del mercato editoriale, ponendo l’accento su quattro dei suoi possibili modi di cambiamento: innovazione di prodotto, innovazione di processo, azione collettiva di autogoverno, politiche istituzionali.

1.1 Il cambiamento editoriale attraverso l’innovazione di prodotto

Siamo talmente abituati a considerare la rivoluzione tipografica del XV secolo come il vertice della rivoluzione del libro che ci risulta difficile porre l’accento sui fattori di continuità del prodotto libro nelle sue fasi pre- e post-gutenberghiana. L’avvento del torchio tipografico accelerò il processo di riproduzione delle opere, permettendo l’emissione di 3.000 fogli in dodici ore, mentre uno scriba aveva bisogno di ben due mesi e mezzo per copiare un manoscritto di circa 200 fogli.¹⁰ Ancora più vertiginoso fu l’impatto derivato dall’introduzione del torchio meccanico, che sostituì quello in legno:

nel 1812 la macchina tipografica piano-cilindrica innalzò la capacità produttiva intorno a 1.600 fogli all'ora.¹¹ L'impresa che per prima utilizzò le nuove tecniche riuscì certamente ad ottenere un vantaggio competitivo, almeno temporaneo, nei confronti dei suoi concorrenti e a primeggiare sul mercato editoriale. Possiamo tuttavia dire che sono stati tali fattori tecnici a rivoluzionare il libro, tanto nella sua forma fisica quanto nei suoi formati, determinando l'evoluzione del mercato e l'ascesa o il declino di questa o di quella casa editrice?

In realtà, se si prende in considerazione il fattore supporto, si può sostenere esattamente il contrario di quanto affermato dianzi e constatare la relativa stabilità dell'oggetto libro per almeno otto secoli. Le rivoluzioni in tipografia, per notevoli che siano state, non ne hanno alterato la forma esterna, che, sottolineano gli storici, è rimasta la stessa del formato codificato tre secoli prima di Gutenberg, quando si verificò il passaggio – questo sì, rivoluzionario – dal *volumen* al *codex*. Nel XVI e XVII secolo sono stati numerosi i cambiamenti delle parti paratestuali del libro – il frontespizio, l'indice, i caratteri – e l'editoria ha adottato nuovi generi e concetti, come quello della rivista scientifica. Malgrado ciò, le grandi tipologie editoriali mostrano una sorprendente continuità: quei libri “da banco”, “da bisaccia” e “da mano” del Medioevo e del Rinascimento si ritrovano, con qualche approssimazione, nei formati oggi dedicati alle opere illustrate o enciclopediche, di grande formato, alle copie “dure” dei testi universitari o dei “classici” in edizione di prestigio, e ai libri tascabili, di più facile consultazione e portabilità. Se si considera più precisamente la forma esterna del libro, l'innovazione di prodotto è stata talmente irrilevante che Umberto Eco – un intellettuale peraltro assai ben disposto nei confronti del digitale – ha potuto sostenere che “il libro è come il cucchiaino, il martello, la ruota, le forbici. Una volta che li hai inventati, non puoi fare di meglio”.¹²

Eppure il mercato del libro è in costante evoluzione, come dimostra la vitalità dei progetti e la vivacità del settore. Che cosa determina allora un vantaggio competitivo decisivo e di lunga durata nel settore editoriale? A che cosa si applicano gli “spiriti vitali” dell'imprenditoria, rendendo migliore e diverso un libro da un altro, o un libro contemporaneo da un'edizione di venti anni fa?

È evidente che l'innovazione di prodotto si registra non nel supporto, ma nelle idee, negli autori e nei concetti editoriali, così come nei titoli e nei temi inseriti in colonne che, per il loro orientamento, la loro consistenza

e l'impatto sul pubblico, diventano esse stesse simbolo di innovazione.¹³ Oltre le tecnologie, è il marchio editoriale a diventare il contrassegno (*brand*) dell'attività di selezione operata da una casa; è questo che individua la cifra innovativa più consueta della natura creativa dell'imprenditoria.

Le case editrici – sostiene Dubini – “competono principalmente sul binomio qualità / prezzo; le strategie di differenziazione ruotano attorno alle caratteristiche del prodotto e si basano principalmente sulla scelta dell'argomento, sulla popolarità dell'autore, sulla qualità fisica del prodotto e sul prezzo”.¹⁴

Un'innovazione di prodotto fondata sulle idee e sui concetti editoriali indica anche quanto organica al carattere culturale dell'industria editoriale sia la frammentazione del sistema, che esalta la capacità imprenditoriale di immettere nuove proposte corrispondenti alle mutate sensibilità del pubblico e della società. Molto spesso – recita il *mantra* editoriale – i contenuti innovativi maturano nel sostrato della piccola imprenditoria, fuori dalle logiche di sviluppo dei grandi gruppi editoriali che, prigionieri delle richieste dei loro azionisti, sono obbligati a garantire margini di profitto elevati per ciascuna pubblicazione. I piccoli riescono invece a raccogliere sfide meno tradizionali, non esitando a realizzare investimenti a rischio le cui ricadute finanziarie non sono immediate. È questa la ragione per cui la mobilità tra gli editori è elevata e la rotazione nel mercato molto intensa, anche tenendo conto del fatto che i costi di produzione di un volume sono relativamente contenuti e le barriere di entrata non insormontabili.¹⁵ Almeno in teoria, ogni nuovo entrante sarebbe quindi suscettibile di minacciare le posizioni di tutte le altre aziende.

1.1.1 L'e-book: un'innovazione di prodotto non facilmente trasferibile in vantaggio competitivo

In questo scenario che si era mantenuto stabile per secoli è arrivato l'e-book, un'innovazione di prodotto difficile da negare: il libro tradizionale, ancora fondamentalmente un *codex*, diventa un *file* digitale, si stacca dal suo involucro e si adatta ad ogni tipo di configurazione, trasformato in agili stringhe digitali che circolano su vari supporti, dal *laptop* al cellulare, in cui sono immagazzinate sterminate librerie di contenuto.

Rivoluzionario nella forma, l'e-book lo è anche nel suo modo di utilizzazione, perché supera le frontiere del supporto fisico e passa dal “mondo chiuso” della pagina a stampa all’“universo infinito” del contenuto iper-

testuale, linkabile senza limiti sul web. Anche la definizione di e-book è costantemente da disambiguare: si riferisce ora a un'opera offerta in formato elettronico, ora a un e-reader, un supporto cioè distribuito in commercio in cui sono depositati e depositabili contenuti elettronici, ora infine a una piattaforma, su cui caricare librerie di oggetti digitali. Roncaglia ritiene la prima definizione più comune, ma sottolinea a giusto titolo altre e più significative classificazioni, suscettibili di produrre ulteriori innovazioni di prodotto e, di conseguenza, il potenziale vantaggio competitivo di un'azienda.¹⁶ Come l'articolazione, ad esempio, tra *lean back* – chi legge in modo rilassato e apprezza il contenuto lentamente, perché non è tenuto ad interagire con esso – e *lean forward*, chi è “chino” sull'opera da leggere, perché può utilizzarla per finalità e intenzioni diverse dalla lettura, come ad esempio la scrittura. Altre possibili classificazioni di mercato possono essere quelle basate sugli standard, sulle procedure applicative, sulla possibilità di leggere un'opera su supporti di facile trasportabilità, sulle applicazioni *social networks* e sulla navigazione sul web. Più in generale, possiamo affermare che l'innovazione cruciale per l'evoluzione del mercato del libro digitale è quella che consiste nell'utilizzo economico di prodotti che combinano in modo ottimale le qualità dei beni-esperienza, tipici dell'offerta culturale ed educativa, con quelle dei beni relazionali. Questa produttiva “confusione” è all'origine del successo di Google, percepito dai suoi utenti come bene relazionale ed invece bene-esperienza per eccellenza.¹⁷

Come prova *a contrario* della connessione tra bene-esperienza e bene relazionale, o meglio dell'influenza della relazione nella valutazione dell'esperienza, valga il caso delle riviste elettroniche di natura scientifica, tecnica e medica, ancora oggi uno dei mercati editoriali più maturi e tecnologicamente avanzati. Alcuni anni fa, si era supposto che tale genere editoriale avrebbe subito un totale processo di ridefinizione e che i suoi elementi costitutivi – testo, abstract, citazioni, immagini, link – si sarebbero dissolti smembrando la composizione grafica e ibridandola con supporti video ed altro materiale multimediale.

Tale impostazione, corrente nei siti web, ha trovato però scarsa applicazione. Le riviste scientifiche sono infatti anelli di un processo più complesso che riguarda la comunicazione scientifica nel suo insieme, con specifiche pratiche di citazione e di valutazione della ricerca (ad esempio, la misurazione bibliometrica tramite Impact Factor). Questo tessuto di pratiche, la canonizza-

zione del discorso scientifico e le esigenze di disseminazione dei risultati per pubblici particolari costituiscono un fattore inibente nell'evoluzione del genere ed è una delle ragioni per cui l'impaginazione tradizionale a stampa e l'espressione testuale sono ancora così caratterizzanti nella produzione editoriale scientifica.

Anche nel caso degli e-book il vantaggio che stanno acquisendo alcune case a scapito di altre dipende solo relativamente dalla qualità e dalle prestazioni dei supporti specifici, come gli e-reader. Lo mostra retrospettivamente il fallimento, nel 1999 e nel 2000, di supporti *ad hoc* come il Rocket e-Book 1200, o il Sony Librie, e l'evoluzione attuale del Kindle di Amazon, dopo la prime versioni esclusive di lettura. Per le aziende produttrici, insomma, è difficile tradurre in vantaggio competitivo un'innovazione di prodotto se questa non è accompagnata da un'innovazione profonda dei processi.¹⁸ Non a caso gli e-book si sono affermati sul mercato mondiale per merito di un'azienda, Amazon, la quale nel 2008 aveva deciso di agire contemporaneamente su tre livelli: sul supporto, sui contenuti e sui canali. Il supporto è stato Kindle, il cui formato proprietario permette di scaricare contenuti dalla libreria Amazon. I contenuti sono accessibili grazie alla sterminata libreria di Amazon, che fornisce anche il canale di distribuzione. Il controllo dei primi e la proprietà del secondo permettono al grande gruppo americano di attirare un numero eccezionale di case editrici e di gestire i loro contenuti, tanto da rendere indispensabile per il lettore il supporto kindle. La rivoluzione dell'e-book non è stata quindi di prodotto, ma di processo ed è consistita in una radicale ridefinizione della catena del libro elettronico, come ora staremo a vedere.

1.2 L'innovazione di processo come vantaggio competitivo

Ogni innovazione di processo in editoria, e in particolar modo nell'editoria digitale, deve risolvere due questioni cruciali: il controllo sui contenuti, la necessità, cioè, di possedere o dare accesso a un assortimento consistente di titoli, e la ricerca di un canale o più canali distributivi adeguati.

Ancora una volta il ricorso alla storia del libro può offrire interessanti spunti di riflessione. Nella tipografia in cui presumibilmente lavorava, Gutenberg cumulava nella sua persona l'insieme delle funzioni di mediazione, essendo al tempo stesso editore, stampatore, distributore e venditore di pubblicazioni. Pochi secoli dopo, il mercato librario conosceva una radicale divisione del

lavoro e una segmentazione dei suoi processi, rendendo autonome le funzioni editoriali, distributive e librerie e sviluppando per ciascuna di esse un proprio circuito specializzato.¹⁹

Questa innovazione di processo avvenuta già nel XVIII secolo, ma maturata nel secolo successivo, ha individuato nella fase industriale della distribuzione un processo sequenziale tipico che parte da un centro, normalmente posto all'interno delle case editrici, e giunge ai punti terminali di vendita attraverso una serie di canali. I gruppi distributivi che operano sul mercato del libro a stampa devono avere la capacità, finanziaria e logistica, di spostare rilevanti volumi di merce dalla provenienza assai disparata, che oscilla dalle decine di metri cubi del best seller inviato verso tutte le "piazze" di un paese al numero limitato di copie pubblicate dal piccolo editore. La natura del circuito è dunque naturalmente oligopolistica, perché non sono molti gli attori in grado di movimentare un'offerta editoriale tanto variegata e dai contorni economici così frastagliati.

Dovendo organizzare lo spostamento di quantitativi importanti di merce nelle modalità logistiche più convenienti, le aziende di distribuzione sono in grado di decidere indirettamente quali editori promuovere e quali prodotti, o combinazioni di prodotti, valorizzare. Il loro potere è tale che i grandi gruppi editoriali hanno sempre cercato di influire sulla distribuzione in vari modi: acquisendo ad esempio la proprietà o quote di proprietà delle più importanti case distributrici secondo un caratteristico movimento di integrazione verticale,²⁰ costruendo la propria rete di vendita con chioschi e librerie, o pilotando la formazione dei canali, normalmente modellati in funzione dell'offerta dei maggiori editori.

Nel circuito della comunicazione editoriale scientifica l'innovazione tecnologica più importante è consistita nell'elevato livello di disintermediazione che vede i grandi gruppi a vocazione internazionale internalizzare le operazioni di distribuzione, creando piattaforme di trasmissione dei propri contenuti digitali. Un'ulteriore innovazione di processo si è sviluppata con l'entrata dei colossi delle tecnologie e della rete nella catena contemporanea del libro e dell'informazione: il processo distributivo un tempo sequenziale – diffusione, distribuzione, aggregazione, vendita – è stato aggregato in un'unica piattaforma, si chiami essa motore di ricerca Google, libreria Amazon o applicazione Apple. Sono tali piattaforme che permettono di accorpare beni tematici simili, anche se di origine disparata, di combinare esperienze culturali ed educative di tipo empatico

e di organizzare le offerte vantaggiose, talvolta a prezzo zero, che sono tipiche dell'economia dell'abbondanza.²¹ È proprio la pervasività di tale innovazione che rappresenta la maggiore minaccia alla persistenza del circuito non commerciale della comunicazione scientifica.

È interessante notare come le biblioteche siano state presenti fin dall'inizio nel processo di disintermediazione che ha ridisegnato la comunicazione editoriale scientifica. All'epoca esse furono coinvolte in un movimento di sperimentazione in cui, per la prima volta, circuito commerciale e non commerciale di diffusione digitale della conoscenza erano integrati per sperimentare modalità comuni di distribuzione dei contenuti. Nel progetto TULIP, ad esempio, condotto da Elsevier Science nel 1991 in cooperazione con la Task Force della Coalition for Networked Information, furono identificate le problematiche inerenti alla catena del valore digitale: dalle piattaforme operative ai sistemi elettronici di trasmissione, dal nodo del copyright ai possibili modelli commerciali.²² Sebbene la quantità di materiale digitalizzato fosse allora minima e non esistessero ancora motori di ricerca come Google, fu chiaro anche in quell'occasione che il problema di fondo era la remunerazione dell'editore. Il progetto TULIP rinunciò a utilizzare la biblioteca come sportello di distribuzione, e dunque anche di vendita, degli articoli digitalizzati a causa dell'opposizione di Elsevier all'utilizzo del materiale per fini di prestito interbibliotecario. Il gruppo editoriale maturò invece la decisione di internalizzare il segmento distributivo, digitalizzando il suo fondo editoriale e costruendo una propria piattaforma su cui integrare le risorse elettroniche in suo possesso. Prevalse insomma il modello della distribuzione centralizzata delle risorse, sperimentata a suo tempo da Primis, della casa editrice McGraw-Hill, con libri di testo e altri materiali modulabili a piacimento dell'utenza.²³ Vale quindi la pena di notare che le prime esperienze di distribuzione digitale già mettevano in rilievo l'antagonismo esistente tra prestito digitale e vendita dei prodotti. Una contraddizione che, nell'ambito degli e-book, si sta oggi risolvendo nell'adozione generalizzata del modello *consumer* e in un'esclusione delle biblioteche dal prestito digitale, attuato tramite piattaforme esterne.²⁴ È notizia di questi giorni che il prestito tra consumatori è già possibile su piattaforme Kindle.²⁵

Possiamo così giungere a tre conclusioni iniziali. La prima è che, quando non si tratta di innovazione di contenuti, un'innovazione di prodotto può affermarsi sul mercato editoriale solo se è accompagnata a sua volta

da una rivoluzione di processo. La seconda è che il successo di un'impresa sul mercato dei contenuti digitali risiede nella riuscita combinazione tra una selezione di oggetti culturali ed educativi destinati ad essere esperiti e una piattaforma di funzioni il cui obiettivo è creare relazioni. La terza conclusione, direttamente derivata dalla seconda, è che, nel progetto di costruzione di un servizio digitale di diffusione della conoscenza, occorre dare priorità alla costruzione di una rete efficiente e capillare di distribuzione, sia essa virtuale o fisica.

1.3 Azione collettiva di autogoverno

Nei casi precedentemente riportati ci siamo soffermati sulla natura contenutistica dell'innovazione di prodotto in editoria e su come occorra entrare nel merito dei processi perché un'evoluzione tecnologica sia suscettibile di riformare strutturalmente il mercato editoriale e consolidare nel tempo la "prima mossa" dell'operatore, trasformandola in vantaggio competitivo nei confronti dei concorrenti.

Non sempre tuttavia un mercato unicamente governato dal vantaggio competitivo libera l'innovazione e incentiva il cambiamento. Nel suo volume forse più noto, Elinor Ostrom racconta in che modo un mercato abbandonato a se stesso possa autodeteriorarsi, mentre un'evoluzione istituzionale mossa dalla logica dell'azione collettiva è fattore di sviluppo, in specie se applicata al governo dei beni comuni: il mare, l'aria, ma anche la conoscenza.²⁶ In Turchia, nella regione marittima di Alanya, le attività di pesca, non regolate da alcun vincolo e intensificate in seguito all'adozione di tecnologie e procedure più avanzate, avevano reso il mare sterile, aumentando i costi di produzione e creando tensioni sociali. Ogni pescatore, infatti, ambiva a coprire l'area di pesca più fruttifera per ricavarne il massimo beneficio. Per risolvere una situazione che minacciava, al tempo stesso, di esaurire le risorse marine e di impoverire ciascuno degli attori economici, i pescatori si riunirono allora in cooperativa, dandosi un sistema di regole interne. All'inizio degli anni Settanta decisero di limitare le attività a nove mesi (dal settembre al maggio successivo), dando ad ognuno dei membri una zona di pesca ogni giorno diversa, posta in direzione est da settembre a gennaio e in direzione ovest da febbraio a maggio. Sfruttato in modo ordinato, il mare tornò così a ripopolarsi e ogni pescatore ottenne pari opportunità di accesso ai siti più pescosi.²⁷ Questo esempio di azione collettiva fondata su una logica istituzionale che si con-

trappone alla concorrenza selvaggia tra attori economici mostra come lo sfruttamento di un bacino di risorse comuni possa non volgere in "tragedia"²⁸ se è autoregolamentato da un'entità costituitasi in seno stesso alla comunità economica che la promuove. Tali pratiche sono eccezionali in editoria, ma vi sono almeno due casi in cui gli attori hanno adottato forme istituzionali di azione collettiva ripartendo i benefici dell'innovazione su ciascuno dei membri della comunità professionale. Questi due casi, assai diversi tra loro, sono il codice di identificazione unico e il prezzo fisso del libro, quest'ultimo quando è stato regolamentato per via associativa. Il codice International Standard Book Number (ISBN) emerse in primo luogo nel mondo editoriale anglosassone come Standard Book Numbering nel 1967. Già dopo qualche anno, tuttavia, l'ISBN come carta d'identità del libro era stato accettato a livello internazionale e si era diffuso in molti paesi. Il suo effetto più significativo è stato quello di razionalizzare il segmento della distribuzione, fino a quell'epoca cresciuto in modo anarchico e senza precisi programmi di cooperazione.²⁹ In anni recenti l'impatto dell'ISBN si è moltiplicato grazie ad applicazioni derivate, ma ad esso collegabili. Una di queste è il codice a barre EAN (European Article Numbering), che permette ulteriori risparmi di tempo e di costi nel processo di commercializzazione del libro. Un'altra è lo standard bibliografico ONIX, che ammette la comunicazione *computer-to-computer* in linguaggio XML e il trasferimento dei record ai cataloghi elettronici delle librerie e degli altri organismi coinvolti nella creazione, distribuzione e assegnazione di licenze editoriali.³⁰ Le decisioni di combinare l'ISBN ad altre forme di standardizzazione sono state tutte prese in sede internazionale e in modo collegiale, attraverso la consultazione delle organizzazioni nazionali degli editori e dei librai. Può sembrare strano che il circuito commerciale di circolazione dei saperi abbia atteso tanto tempo per realizzare modalità di cooperazione e adottare formule di standardizzazione nella diffusione dell'informazione bibliografica praticate da circa un secolo dalle biblioteche. Per quale motivo gli editori, i distributori e i librai hanno resistito così tanto all'adozione di codici comuni di catalogazione?

Le ragioni di tale ritardo vanno ricercate nel fatto che alcune delle case editrici maggiori già facevano circolare i propri dati in forma autonoma e con standard proprietari utilizzando i cataloghi informatizzati. Tale asimmetria informativa rafforzava la loro posizione nei confronti dei concorrenti e si traduceva in vantaggio

competitivo in libreria, dove circolavano registrazioni bibliografiche prodotte con formati proprietari e regole autonome. In altri termini, il catalogo editoriale proprietario si traduceva in una modalità di marketing strategico per le proprie pubblicazioni, in specie se attuata per mezzo di software autonomi da cui erano escluse le case editrici più piccole, non dotate di risorse sufficienti per realizzare investimenti in questo settore. C'è voluto del tempo perché i grandi gruppi si convincessero che formati comuni dei loro cataloghi e la gestione delle informazioni bibliografiche affidate a un'agenzia terza eliminavano alcune barriere interne al mercato e, in definitiva, rappresentavano un vantaggio anche per loro. Sulla natura del prezzo fisso del libro, un provvedimento di regolamentazione del mercato del libro, parleremo nel prossimo paragrafo. Qui si vuole sottolineare che in alcuni paesi esso è stato attuato come forma di azione collettiva sostenuta dalle associazioni dei librai e degli editori. Tuttavia, l'accesa concorrenza, le strategie conflittuali e le divergenze di interesse tra le piccole case o le case di nicchia e le grandi imprese proiettate sul mercato di consumo, insomma la possibilità di fare dello sconto sul prezzo di copertina un fattore di vantaggio competitivo nei confronti dei concorrenti, indeboliscono il regime del prezzo fisso se è attuato unicamente sulla base di una decisione di tipo volontaristico. Non a caso esso è autoregolamentato solo in tre paesi europei di piccola dimensione: Ungheria, Norvegia e Danimarca.³¹

In tutti gli altri il prezzo fisso ha il suo nucleo in una fonte normativa. Può essere a tal proposito interessante seguire l'esempio divergente di Germania e Gran Bretagna. Nel primo paese, l'accordo interprofessionale elaborato e implementato dalla Börsenverein des deutschen Buchhandels, la potente organizzazione nazionale degli editori e dei librai tedeschi, ha avuto bisogno di essere rafforzato da un intervento legislativo successivo, approvato nel 2002. Persino il disciplinato mondo editoriale tedesco ha quindi avvertito la necessità di rendere cogente una misura di tipo volontario. L'accordo interprofessionale non ha retto invece in Gran Bretagna, che è ritornata già da una decina di anni al prezzo libero.

1.4 Il cambiamento editoriale attraverso le politiche istituzionali

La formazione e l'evoluzione del mercato librario sono però anche realizzate attraverso politiche istituzionali formulate da organismi specifici, in genere di caratte-

re governativo, talvolta di natura territoriale. Tali politiche sono diverse da paese a paese, anche se si può constatare una certa regolarità nella formulazione delle misure adottate, riconducibile a quattro diverse tipologie e a una sola esclusione.³²

L'esclusione riguarda le misure prese direttamente a favore di autori e editori, che sono percepite come aventi sapore discriminatorio e dunque genericamente censorie. La politica e le amministrazioni intervengono talvolta per offrire aiuti alla produzione di questa o di quell'opera o incoraggiare la circolazione di questo o quell'autore, ma tali decisioni sono viste più come distorsioni che come correttivi del libero mercato. Per questo assumono carattere episodico e frammentario, oppure sono strettamente regolamentate nella cornice dei premi letterari e degli aiuti alla traduzione di opere particolarmente "difficili" da collocare sul mercato (es. traduzioni scientifiche o di opere letterarie di non facile smercio).

La tipologia di intervento più importante, anzi quello che si considera normalmente essere il provvedimento fondatore del mercato editoriale, è costituito dalle leggi riguardanti la protezione della proprietà intellettuale. Con il diritto d'autore le opere dell'ingegno sono valorizzate economicamente, si riesce a remunerare chi lavora in ambito creativo e si stabiliscono le pratiche e i comportamenti che sono consentiti (*ruled in*) o esclusi (*ruled out*).³³ Ogni regolamentazione nell'applicazione, dalla natura dei soggetti tutelati alle eccezioni, permea il mercato editoriale secondo una sua particolare strutturazione.

La necessità di mantenere un'impronta unitaria alle leggi che regolano la proprietà intellettuale ha creato una coperta giuridica stretta, che fa fatica ad adattarsi ai diversi generi e utilizzi di una risorsa elettronica. Vi è un'intrinseca contraddizione tra le tecnologie dell'informazione, disegnate appunto per facilitare la circolazione digitale della conoscenza, e il rigore minuzioso con cui si cerca di regolamentare ogni suo uso. È vero altresì che la normativa si piega con duttilità alla diversità delle fattispecie: si va quindi da forme di gestione digitale dei diritti d'autore che distruggono la risorsa dopo un certo numero di utilizzi a provvedimenti che proteggono l'autore senza preoccuparsi dei diritti economici derivati, come quello dei Creative commons.

La proprietà intellettuale – ha affermato Varian – è misurabile in lunghezza, larghezza e altezza, dove per lunghezza si intende la copertura temporale, per larghezza la varietà di diritti morali ed economici che si intendono rivendicare e per altezza il grado di novità rappresentata dall'opera soggetta a protezione.³⁴ Delle tre dimen-

sioni, solo l'altezza è difficilmente prevedibile; le altre due sono invece oggetto di trattativa tra le parti e degli orientamenti generali delle politiche culturali nazionali e internazionali. La "larghezza" della proprietà intellettuale trova limitazioni nel regime di eccezioni, se l'opera tutelata circola all'interno di istituzioni di natura educativa e culturale.³⁵ Il regime delle eccezioni ha una netta rilevanza economica, perché sancisce che alcuni usi del materiale soggetto a diritto d'autore non possono essere remunerativi per l'editore.

Una delle questioni più controverse in merito alla "larghezza" del diritto d'autore è quella delle opere "orfane", quei lavori, cioè, il cui autore non è individuato o non è rintracciabile. Le opere orfane sono oggi in una sorta di limbo: non ancora cadute nel dominio pubblico, eppure non sfruttate economicamente perché impossibile o troppo costoso rintracciarne gli autori. Negli Stati Uniti è stato bocciato dal Senato lo Shawn Bentley Orphan Works Act del 2008, che avrebbe liberalizzato il diritto di sfruttamento economico sull'opera orfana, sospendendolo solo nel caso il detentore del diritto d'autore ne avesse rivendicato in seguito la proprietà. Gli operatori economici non avrebbero dovuto così preoccuparsi di procedere a una "ricerca diligente" e avrebbero avuto la possibilità di accedere a una sterminata fonte di approvvigionamento.³⁶ Una politica molto più equilibrata è quella individuata dal Parlamento europeo e dal Consiglio nella proposta di Direttiva su taluni usi consentiti di opere orfane COM(2011) 289.³⁷ Quest'ultima, senza escludere lo sfruttamento privato successivo a una "ricerca diligente", conferisce "a biblioteche e altri beneficiari un'elevata certezza del diritto rispetto a eventuali richieste di risarcimento successivamente avanzate dai titolari dei diritti". È importante che l'Unione europea abbia riconosciuto con un'eccezione gli utilizzi culturali ed educativi delle opere orfane, quando questi si svolgono all'interno di un circuito non commerciale, menzionando peraltro esplicitamente le biblioteche.

Altro provvedimento frequentemente adottato nelle politiche di vari paesi europei è il regime fiscale di favore per il libro e per altre pubblicazioni a stampa, con un'imposta sul valore aggiunto che è ridotta, o addirittura nulla, ed è estesa anche ai materiali in importazione da paesi con cui non esistono accordi di libero scambio. Il libro è insomma considerato alla stessa stregua di un genere alimentare o di un bene di prima necessità. Il principio è stato confermato anche in sede comunitaria, dove è inserito nella lista di prodotti e di servizi su-

scettibili di ottenere un trattamento fiscale vantaggioso (la ben nota appendice H della 6. Direttiva sull'IVA). Provvedimento più controverso è la disposizione riguardante il prezzo fisso del libro, che costituisce una vistosa eccezione alle regole del libero commercio e della competizione. In alcuni stati esso costituisce la chiave portante del complesso di provvedimenti a favore del libro e delle pubblicazioni scientifiche. L'obiettivo del prezzo unico è permettere di mantenere una fitta e articolata rete di punti di vendita favorendo una concorrenza tra librai non basata sul prezzo più favorevole, ma sulla qualità dell'assortimento librario e sulla tipologia di servizi. I governi che sostengono tale provvedimento intendono così contrastare l'influenza dei grandi gruppi e delle catene a vocazione non culturale (supermercati, ipermercati), che primeggerebbero sul mercato grazie alle loro politiche di sconti massicci. Nella maggior parte dei paesi dell'Unione europea il prezzo fisso è stabilito attraverso un provvedimento legislativo autonomo; la Gran Bretagna, la Svezia, la Finlandia e la quasi totalità dei paesi dell'Europa centro-orientale hanno optato invece per il prezzo libero.

Il modello per la legge sul prezzo unico del libro è la famosa Loi Lang (dal nome dell'allora ministro socialista francese della cultura Jack Lang) del 1981, che è accompagnata peraltro da un tessuto assai fitto di misure collaterali volte a irrobustirne l'impianto.³⁸ Il prezzo fisso aveva una sua razionalità nell'ambito del libro tradizionale, ma l'avvento delle librerie elettroniche ne ha rimesso in discussione i capisaldi, per quattro ordini di motivi. Primo, perché esso annulla i benefici derivanti dalla disintermediazione nella distribuzione digitale, a tutto vantaggio dei gestori delle grandi catene librerie tradizionali e a svantaggio del consumatore finale. Secondo, perché è difficile parlare di mancanza di assortimento e di pluralismo dell'offerta in una libreria elettronica che, a rigore, potrebbe contenere l'intera offerta editoriale del pianeta. Terzo, perché l'assenza di concorrenza tra fornitori tradizionali e fornitori online comporta il mantenimento dello status quo e annulla l'incentivazione a sviluppare un'offerta digitale di libri e modalità di lettura non convenzionali. Infine, perché tale misura può solo rafforzare l'offerta corrente online di libri (digitali e non) dominata dai grandi gruppi e non invece favorire l'emergere di nuovi entranti nella distribuzione tematica e specializzata, che potrebbero affiancare all'offerta del libro digitale altri servizi. Misure come il prezzo unico del libro vanno quindi senz'altro riviste alla luce di una liberalizzazione con-

trollata, che passi attraverso un'incentivazione delle reti online di trasmissione di contenuti di carattere educativo e culturale.

Dopo la tutela della proprietà intellettuale, il regime fiscale agevolato e il prezzo fisso del libro, un'altra misura cui spesso ricorrono i governi, in particolare nei paesi anglosassoni e del Nord Europa, è quella di stimolare la domanda attraverso le acquisizioni bibliotecarie. In questo modo si contribuisce, da un lato, a promuovere la lettura in tutte le sue forme e, dall'altro, a garantire uno sbocco nelle biblioteche di volumi magari di notevole qualità, ma di difficile smercio.

Questo è dunque il pacchetto di provvedimenti normalmente proposto nell'ambito delle politiche istituzionali a favore del libro a stampa. Si tratta di misure importanti, capaci di incidere profondamente sulla formazione e sull'evoluzione del mercato, ma che risultano inadeguate in una prospettiva di sviluppo digitale dei contenuti. In linea di massima, è oggi difficile impostare una politica culturale fondata sul supporto, quando i contenuti sono trasmessi in modo slegato da esso, l'offerta è di natura ibrida e si sono moltiplicati i circuiti. È quindi l'intero meccanismo di formazione e di evoluzione del mercato librario che va ripensato, salvaguardando gli interessi della cittadinanza attiva e dei consumatori con misure di equità basate, a nostro avviso, non sul supporto, ma sulla destinazione di uso: la circolazione, cioè, dei materiali nelle scuole, nelle biblioteche e nelle altre istituzioni di carattere educativo e culturale.³⁹

2. Come cambia la biblioteca

Dopo avere esaminato i fattori strutturali che contribuiscono alla formazione e all'evoluzione del circuito commerciale della conoscenza, concentriamo la nostra attenzione sulle dinamiche che presiedono alla trasformazione del circuito non commerciale, rappresentato principalmente dal sistema delle biblioteche. Trattandosi di organismi di natura pubblica, l'innovazione non si afferma come conseguenza di un vantaggio competitivo acquisito da un istituto bibliotecario sull'altro, ma grazie a due specifici fattori: le politiche istituzionali e i meccanismi di cooperazione.

2.1 L'innovazione guidata dalle politiche istituzionali

Un sistema bibliotecario evolve se mutano le sue missioni, se politici e amministratori intuiscono i nuovi fermenti, le sensibilità e i valori insiti nei cambiamen-

ti sociali e fanno delle biblioteche i presidi e i motori di sviluppo di una politica culturale ed educativa di nuovo segno, sia a livello nazionale, sia territoriale. Perché ciò accada, occorre, da un lato, che vi sia coerenza e convergenza tra le rappresentazioni del ruolo che lo stato intende fare svolgere all'arte e alla cultura nei confronti della società e, dall'altro, che esista un'azione pubblica organizzata, in altri termini, che gli orientamenti generali siano tradotti in azione amministrativa e in prodotti e servizi volti alla soddisfazione e alla valorizzazione dei nuovi bisogni individuati.⁴⁰

Passando in rassegna le diverse categorie di biblioteche si noterà che, nell'ultimo cinquantennio, ciascuna di esse ha mutato, in maggiore o minore misura, gli obiettivi tradizionalmente assegnati. A partire dagli anni Settanta e Ottanta, le biblioteche pubbliche hanno arricchito la loro missione documentale estendendola verso una nuova varietà di oggetti, di pubblici e di pratiche. Gli oggetti culturali, denominati dapprincipio beni audiovisivi e poi diventati supporti multimediali o prodotti digitali, non sono ora più raccolti e gestiti in sedi specializzate, come le emeroteche, le mediateche o le infoteche, ma fanno parte del patrimonio stabile delle biblioteche pubbliche e universitarie. Le esigenze del territorio hanno comportato una mutazione dei pubblici di riferimento verso destinatari non tradizionali: i ceti emarginati, i gruppi da alfabetizzare o da sottrarre all'analfabetismo di ritorno, i bambini in età prescolare, le fasce di persone anziane e chiunque sia coinvolto nella valorizzazione della cultura e dell'economia locale. Anche l'introduzione di supporti elettronici ha generato un profondo ripensamento del ruolo delle biblioteche e una sostanziale modifica dell'intero ciclo interno dell'informazione, dall'acquisizione del materiale al suo trattamento e diffusione.⁴¹

L'evoluzione delle missioni ha toccato persino le biblioteche nazionali, arroccate nelle loro funzioni di conservazione della collezione nazionale e nella compilazione di bibliografie nazionali. In Italia, ad esempio, dove il sentimento nazionale coesiste con forti aspirazioni autonomistiche e regionaliste, l'ultima legge sul deposito legale del 2004 ha disposto la creazione di archivi locali in cui far rifluire il materiale pubblicato sul territorio regionale, anche se l'arricchimento delle funzioni non è stato sempre accompagnato da risorse finanziarie adeguate.⁴² Le politiche bibliotecarie sono spesso confuse con le strategie istituzionali di sviluppo del libro d'anziché enunciate, anche se in realtà i servizi bibliotecari interessano l'editore solo se si traducono in incremento della

domanda generalizzata di pubblicazioni. La leva delle acquisizioni bibliotecarie sostiene solo relativamente l'economia libraria e non supera in Italia il 5 per cento della produzione editoriale.⁴³ Tuttavia, non è certamente da sottovalutare il loro impatto, in particolare sulle pubblicazioni scientifiche e universitarie, che trovano nelle biblioteche uno sbocco e un argine istituzionale al fenomeno della fotocopiatura, spesso invocato dagli editori come una delle ragioni di erosione dei loro ricavi.

2.2 Il modello cooperativo

Informazione bibliografica, modello consortile di acquisizione, conservazione in comune delle risorse e open access sono quattro esempi di innovazione in biblioteca realizzati attraverso la modalità della cooperazione. In tutti e quattro i casi le biblioteche si sono accordate per realizzare obiettivi di interesse collettivo intorno a risorse scarse, dove la risorsa scarsa è il personale, non di rado sostituito da più o meno adeguati investimenti in tecnologie. La risorsa amministrata, il bene della conoscenza, è invece proprio quella che non è presente in condizioni di scarsità perché, non essendo un bene rivale, diventa esclusiva solo in virtù delle limitazioni artificiali poste dai diritti originati dalla proprietà intellettuale sulle opere.⁴⁴ La possibilità di dare impulso all'innovazione tramite la cooperazione ha portato le biblioteche a sviluppare una "cultura" organizzativa specifica, realizzata attraverso il principio della condivisione dei beni, delle risorse e delle iniziative.

Si può intendere la cooperazione bibliotecaria in vari modi. Essa può essere considerata un semplice prolungamento della politica istituzionale a favore delle biblioteche. Secondo Galluzzi, la sola studiosa che in Italia ha approfondito il fenomeno, "parlare di cooperazione [bibliotecaria] significa parlare della biblioteca stessa [...] tutte le problematiche all'interno delle quali si muove la biblioteca, tutti i fenomeni che la toccano, tutti i cambiamenti che la investono presuppongono un approccio cooperativo".⁴⁵

Ed infatti l'approccio italiano alla cooperazione mostra un orientamento collaborativo tra entità differenti – stato, regioni, università – per fini specifici. La rete di relazioni, di complementarità e di interdipendenza che lega le parti è un'emanazione naturale, anche se di qualità diversa, dell'azione amministrativa degli organismi pubblici che si occupano di biblioteche.

Non è detto però che questa sia l'unica accezione possibile di cooperazione, né che siano esclusivamente le bi-

blioteche a dare sostanza e missione a un circuito non commerciale della diffusione della conoscenza, come mostrano alcune esperienze internazionali.

2.2.1 L'informazione bibliografica

L'informazione bibliografica è da tempo l'elemento essenziale dei due programmi-faro dell'IFLA (International Federation of Library Associations and Institutions): il "Controllo bibliografico universale" (l'acronimo inglese è UBC) e la "Disponibilità universale delle pubblicazioni" (noto come UAP). Strettamente associati, i due programmi hanno sviluppato regole catalografiche comuni, formati di automazione e iniziative di condivisione di risorse come il prestito interbibliotecario.

La realizzazione di maggiore successo dei due programmi IFLA è Worldcat, realizzato da OCLC, una base di dati bibliografica costruita per facilitare il prestito interbibliotecario e lo scambio di dati intorno a un catalogo collettivo di oltre 247 milioni di registrazioni bibliografiche immesse ogni anno da circa 26.000 biblioteche, archivi e musei di 170 paesi.⁴⁶ Worldcat è forse l'esempio più noto di come la cooperazione bibliotecaria possa essere un fattore di innovazione più efficace del modello del vantaggio competitivo o dell'autogoverno applicato in editoria dove, come abbiamo visto, la pratica di concorrenza è stata per lunghi anni fattore inibente dello sviluppo di un'informazione bibliografica universale e condivisa.

Nel 2008 OCLC e Google hanno firmato un accordo in base al quale il primo offre al secondo le registrazioni bibliografiche e riceve in cambio la possibilità di collegare le registrazioni del suo catalogo alle opere scannerizzate. Questo accordo pone molte opportunità, ma anche interrogativi alla comunità di biblioteche, che vede una delle sue agenzie più rappresentative integrata in una joint-venture con il maggiore attore del circuito commerciale di diffusione dei contenuti.⁴⁷ Le questioni sollevate da tale cooperazione possono essere riassunte nei tre nodi seguenti: la rappresentatività di OCLC nei riguardi del sistema bibliotecario, l'equità nella copartecipazione all'iniziativa di Google e le condizioni presenti e future di partenariato strategico. Tali nodi saranno esplorati nella seconda parte di questo studio.

2.2.2 I modelli consortili

Altra forma di cooperazione delle biblioteche è attuata attraverso la creazione di consorzi incaricati della trat-

tativa e della gestione dei contenuti elettronici. Tale forma di azione collettiva è nata come reazione alla concentrazione dei contenuti e delle imprese nel campo della comunicazione editoriale scientifica e all'imposizione di un'offerta di carattere digitale aggregata su piattaforme distributive proprietarie. La disintermediazione sulla catena del libro ha permesso ai grandi gruppi editoriali specializzati in risorse STM di controllare sia il segmento della produzione, sia quello della distribuzione, non solo realizzando economie di scala importanti, ma anche godendo di una leva contrattuale importante nei confronti dei consumatori, grazie alle posizioni di monopolio o quasi monopolio detenute in alcuni filoni disciplinari.

Il potere contrattuale dei consorzi di biblioteche è direttamente proporzionale al numero di aderenti e al peso relativo del venditore nella contrattazione, che in genere si concentra sulle clausole suscettibili di generare controversie: le restrizioni di uso nel materiale sottoposto a licenza, le date contrattuali di scadenza, le disposizioni di rinnovo, i modi di accesso e di trasmissione del materiale dato in licenza, la remunerazione, gli oneri per l'utente, la presentazione delle risorse e i modi di implementazione, le penalità per mancate o insufficienti prestazioni, le modalità di rescissione, le clausole di forza maggiore.

Sebbene si tratti di un classico caso di aggregazione di consumatori volta ad accrescere la propria forza contrattuale nei confronti dei loro fornitori, i consorzi di biblioteca non hanno alterato i fondamentali del circuito commerciale dei saperi, per tre ordini di motivi. Primo, il loro potere rimane subordinato agli editori STM, dai quali riescono spesso unicamente a strappare margini più favorevoli. Secondo, l'esperienza acquisita con gli editori nel ramo delle riviste elettroniche è difficilmente replicabile *telle quelle* per gli e-book. Il mercato che si sta disegnando, infatti, è molto più variegato di quanto possa apparire a prima vista e mira direttamente al grande pubblico, da conquistare attraverso offerte specifiche di carattere disciplinare. Inoltre, i grandi gruppi stanno spostando la distribuzione delle risorse oltre le piattaforme editoriali verso applicazioni legate direttamente ai supporti mobili, dove è ancora meno forte la capacità contrattuale delle biblioteche.

Infine – ed è questo certamente lo sviluppo più insidioso – le strategie di limitazione degli utilizzi perseguite da alcuni editori tendono a limitare notevolmente il prestito bibliotecario e interbibliotecario.⁴⁸ Di recente, Harper Collins ha proposto di limitare a 26 utilizzi il

numero di volte in cui è possibile scaricare il contenuto degli e-book pubblicati, se questi sono disponibili per il prestito interbibliotecario. Mosse di questo tipo minano in profondità la sostenibilità delle politiche a favore delle biblioteche, per due ragioni. Da un lato, infatti, l'investimento pubblico non è massimizzato in funzione del livello di uso delle pubblicazioni e del numero di accessi e di iscritti in biblioteca. Dall'altro, fissare un tetto al numero di transazioni aventi ad oggetto un e-book, oltre il quale la copia si dissolve e non è più resa disponibile per altri utenti, costituisce fattore disincentivante dell'azione bibliotecaria: per quale ragione infatti incrementare la domanda di lettura se questa si traduce in maggiori oneri per gli enti istituzionali che la promuovono?

2.2.3 *L'open access*

All'origine dell'open access vi è il paradosso economico che vede le università e gli enti di ricerca acquistare ciò che è già in loro possesso e finanziare per tre volte l'attività scientifica che essi conducono. Il primo pagamento avviene nel momento in cui la ricerca viene prodotta, quando cioè singoli individui o gruppi di individui finanziati da istituzioni in genere di natura pubblica portano avanti indagini e sperimentazioni e pervengono a risultati di interesse per l'intera comunità scientifica. Il secondo pagamento si realizza quando gli stessi individui, come impliciti rappresentanti delle istituzioni di cui fanno parte, cedono i risultati della propria ricerca a terzi (i gruppi editoriali attivi nel settore disciplinare) e non pretendono nessuna remunerazione per l'avvenuto trasferimento della proprietà intellettuale del bene. Il terzo pagamento, infine, avviene quando le biblioteche di quelle stesse istituzioni acquisiscono i prodotti scientifici (rivista, libro) in cui è stato pubblicato il lavoro di ricerca e rientrano nel possesso, peraltro spesso temporaneo, della proprietà che era stata trasferita.⁴⁹

L'open access si configura dunque come una reazione sistemica a tale paradosso e come una forma di rigetto degli *anticommons*, ovvero della sottoutilizzazione delle conoscenze scientifiche causata dai termini troppo rigidi di protezione della proprietà intellettuale.⁵⁰ Esso ribalta lo schema del triplo finanziamento, ponendo a carico dell'autore, o dell'istituzione cui egli appartiene, le spese di produzione della pubblicazione scientifica e dando accesso gratuito a tutti coloro che sono i diretti beneficiari delle scoperte scientifiche: il pubblico in genere e, in prima istanza, quegli stessi ricerca-

tori che sono i produttori-consumatori del bene della conoscenza.

Le biblioteche hanno svolto un ruolo importante nel denunciare il paradosso sistemico del triplo finanziamento della ricerca. Hanno inoltre sensibilizzato gli autori e gli amministratori accademici sulle tematiche dell'open access, promuovendo metodologie specifiche di costituzione dei depositi istituzionali. Nonostante tale ruolo, il fenomeno interessa in primo luogo ricercatori e istituti di ricerca; a rigore, il circuito dell'open access potrebbe svilupparsi come circuito non commerciale di diffusione delle conoscenze facendo tranquillamente a meno dell'apporto bibliotecario.

Nella catena della comunicazione editoriale scientifica di tipo commerciale le biblioteche, pur costituendo l'“anello debole del sistema”, perché sostengono i costi editoriali di produzione delle pubblicazioni scientifiche e i margini di profitto degli attori commerciali, rimangono centri di spesa degli Atenei e luoghi di coordinamento e di gestione della letteratura scientifica. Nella catena dell'open access, invece, il loro ruolo può essere del tutto periferico se è sostituito da un modello imprenditoriale sostenuto dall'azione collettiva della comunità dei ricercatori, in cui la gestione delle operazioni potrebbe essere affidata a attori privati o non-profit.⁵¹ Contrariamente a quanto ritiene Guédon,⁵² quindi, le biblioteche possono anche *non* essere il centro della rivolta contro la “controrivoluzione” digitale operata dagli editori.

L'esempio di SPARC, una costola dell'Association of Research Libraries, sembra smentire questa ipotesi. Sviluppato nel 1997-1998, SPARC è un caso notevole di azione collettiva professionale fondata sulla cooperazione bibliotecaria e affidata a un'agenzia non-profit. Per certi versi si tratta di un'esperienza ancora più brillante di Worldcat, perché a differenza di OCLC, che ha mosso i suoi primi passi in condizioni di semimonopolio, SPARC opera in un mercato concorrenziale, dove convivono diversi modelli commerciali.⁵³

Niente vieta però che le grandi imprese globalizzate della comunicazione, da Google ad Amazon ad Apple, tutte interessate ad accrescere la loro offerta di contenuti gratuiti o a prezzi minimi possano tradurre l'accesso libero in una forma di vantaggio competitivo nei confronti dei loro concorrenti. Non a caso, come vedremo nella seconda parte dello studio, almeno una casa editrice commerciale scientifica ha già incamerato l'accesso aperto nella propria offerta, al fine di accrescere il controllo dei contenuti disponibili liberamente nelle fi-

liere specializzate della comunicazione editoriale scientifica.⁵⁴

Il bene comune è stato definito come “una risorsa condivisa suscettibile di dilemmi sociali”⁵⁵ e tale dilemma non è unicamente riassumibile nel paradigma gratuito *versus* a pagamento. Esso deve riguardare l'intera strategia di diffusione della comunicazione scientifica. Da qui deriva il carattere ambiguo dell'open access: questo può essere, infatti, il motore di sviluppo del circuito non commerciale di diffusione della conoscenza, ma anche diventare una risorsa posta al servizio delle aziende globalizzate, che mirano così a controllare, l'uno dopo l'altro, ogni segmento della filiera della comunicazione.

3. Il peso relativo dei fattori e prime conclusioni

Nelle pagine precedenti abbiamo discusso gli elementi di formazione e di evoluzione dei circuiti di diffusione dei saperi. Abbiamo visto che i contorni del mercato sono fissati da fattori in costante mutazione che riguardano le innovazioni di prodotto e di processo, le formule di autogoverno degli attori economici e i provvedimenti a favore del libro, mentre nel circuito non commerciale sono determinanti le politiche istituzionali e il livello di cooperazione bibliotecaria. Si può misurare il peso relativo di ciascuno degli elementi procedendo al classico gioco di sottrazione: cosa succederebbe se, ad esempio, non esistessero forme di tutela della proprietà intellettuale, se gli editori non potessero avvalersi più del loro vantaggio competitivo o se, di colpo, cessasse ogni politica pubblica a favore dei circuiti non commerciali del libro? In momenti cruciali, ma estremi, della storia del libro, in determinati paesi, si sono verificati casi in cui alcuni di questi fattori non erano attivi e il mercato del libro ne è uscito totalmente ristrutturato. Fino al XVIII secolo, ad esempio, non esisteva alcuna forma di tutela della proprietà intellettuale; in epoca fascista furono introdotte in Italia forme limitative della concorrenza nel campo dei libri scolastici, il cui impatto sull'evoluzione del libro si prolungò ben oltre la caduta del regime.⁵⁶

In linea di massima si può affermare che in Italia, e non solo in Italia, le forme di autogoverno nel circuito commerciale sono rare e circoscritte a progetti determinati. In effetti, anche quando l'utilità complessiva di un'iniziativa è manifesta, è raro che essa riscontri unanimità di consensi tra gli interessati. La disomogeneità degli operatori, le segmentazioni del mercato, la presenza di vari livelli di intermediazione, il recente ingresso dei big

delle reti di comunicazione e delle librerie elettroniche hanno allargato, invece di ridurle, le divergenze di interessi tra gli attori e le strategie di sviluppo conseguenti. In ambito digitale si accentua sempre più la dipendenza dei fornitori di contenuto dagli oligopoli della distribuzione. Sul versante della diffusione non commerciale, e nonostante l'enfasi posta sulla cooperazione, le biblioteche italiane non conoscono formule di autogoverno e le iniziative di cooperazione lasciano poco spazio all'autonomia, come è invece la regola nei paesi anglosassoni. Esse si traducono tutt'al più in accordi interistituzionali.

A consolidare i fondamentali del mercato del libro e della comunicazione editoriale scientifica sono perciò la libera concorrenza fondata sul vantaggio competitivo, che è innovazione di prodotto, se riguarda i contenuti, e innovazione di processo, se mira all'integrazione verticale e all'aggregazione dei canali distributivi. Egualmente rilevanti sono le politiche istituzionali, determinanti quando le decisioni toccano temi relativi alla proprietà intellettuale o la disponibilità di riserve straordinarie (come le opere "orfane"), o quando si rafforza il regime di eccezioni per le biblioteche e per gli altri attori culturali ed educativi.

Nel prossimo capitolo mostreremo alcune delle evoluzioni e delle distorsioni che derivano dalle commistioni in atto tra i due circuiti. Più in particolare, mostreremo come le innovazioni di processo possano entrare in conflitto con le logiche di cooperazione bibliotecarie, al punto da minacciare la stessa sussistenza del circuito non commerciale e renderlo funzionale alle strategie dei grandi gruppi.

NOTE

¹ GIUSEPPE VITIELLO, *La comunicazione scientifica e il suo mercato*, "Biblioteche oggi", 2003 (6), p. 37-57, <<http://www.bibliotecheoggi.it/2003/20030503701.pdf>>. Gli studi di riferimento dell'epoca, di grande attualità ancora oggi, erano PAOLA DUBINI, *Voltare pagina. Economia e gestione strategica nel settore dell'editoria libraria* (2. edizione), Milano, Etas, 2001 per il circuito commerciale editoriale e, per l'accesso aperto, JEAN-CLAUDE GUÉDON, *In Oldenburg's Long Shadow: Librarians, Research Scientists, Publishers, and the Control of Scientific Publishing*, <<http://www.arl.org/resources/pubs/mmproceedings/138guedon.shtml>> (anche in italiano: J-C. GUÉDON, *Per la pubblicità del sapere I bibliotecari, i ricercatori, gli editori e il controllo dell'editoria scientifica*, Pisa, PLUS, 2004 (<http://bfp.sp.unipi.it/ebooks/guedon.html>)).

² Dal titolo del più recente volumetto di JEAN-CLAUDE GUÉDON, *Open access. Contro gli oligopoli nel sapere*, Pisa, ETS, 2009.

³ Il riferimento è, ovviamente, a GINO RONCAGLIA, *La quarta rivoluzione. Sei lezioni sul futuro del libro*, Roma-Bari, Laterza, 2010.

⁴ Gli studi sull'open access sono stati sintetizzati da ANTONELLA DE ROBBIO, *Archivi aperti e comunicazione scientifica*, Napoli, ClioPress, 2007; più recente MAURO GUERRINI, *Gli archivi istituzionali. Open access, valutazione della ricerca e diritto d'autore*, a cura di Andrea Capaccioni, Milano, Editrice Bibliografica, 2010 e, in una prospettiva più generale sull'editoria universitaria, GIUSEPPE VITIELLO, *Il libro contemporaneo. Editoria, biblioteconomia e comunicazione scientifica*, Milano, Editrice Bibliografica, 2009 (in specie p. 293-315) e BARBARA BECHELLONI, *Università di carta. L'editoria accademica nella società della conoscenza*, Milano, Franco Angeli, 2010.

⁵ EVERETT ROGERS, *Diffusion of innovations*, 5th edition, New York, Free Press, 2003, p. 180 e ss.

⁶ Traduciamo con "modalità di governo", e non con l'anglicismo "governanza", il termine *governance*.

⁷ ALAIN JACQUESSON, *Google livres et le futur des bibliothèques numériques*, Paris, Éditions du cercle de la librairie, 2010.

⁸ JOSEPH A. SCHUMPETER, *The theory of economic development*, with a new introduction by John E. Elliot, New Brunswick - London, Transaction Publishers, 1983. Il volume è uscito per la prima volta nel 1934.

⁹ MICHAEL E. PORTER, *Competitive advantage. Creating and sustaining superior performance*, New York, Free Press, 2004, p. 4 e ss. Il volume è uscito la prima volta nel 1985.

¹⁰ CARLA BOZZOLO - EZIO ORNATO, *Pour une histoire du livre manuscrit au Moyen Âge. Trois essais de codicologie quantitative*, Paris, CNRS, 1980, p. 46.

¹¹ SIGFRID HENRY STEINBERG, *Cinque secoli di stampa*, a cura di Luciano Lovera. 4. ed. riv., Torino, Einaudi, 1982.

¹² UMBERTO ECO - JEAN CLAUDE CARRIÈRE, *Non sperate di liberarvi dei libri*, Milano, Bompiani, 2009, p. 9.

¹³ PHILIPPE SCHUWER, *Traité pratique d'édition*, Paris, Electre-Cercle de la Librairie, 1997, specie il Capitolo 1: "Les cinq principales fonctions d'un éditeur".

¹⁴ PAOLA DUBINI, *Voltare pagina*, cit., p. 135.

¹⁵ MICHAEL E. PORTER, *Competitive advantage*, cit., p. 4 e ss.

¹⁶ GINO RONCAGLIA, *La quarta rivoluzione*, cit., p. 32.

¹⁷ DIVINA FRAU-MEIGS, *Diversité et pluralisme des contenus: la difficile cohabitation des industries culturelles et créative*, p. 812. In XAVIER GREFFE - NATHALIE SONNAC, *Culture web. Création, contenus, économie numérique*, Paris, Dalloz, 2008, p. 805-826.

¹⁸ La storia degli e-readers, dai primi tentativi al Kindle e i-Pad, è in GINO RONCAGLIA, *La quarta rivoluzione*, cit., Cap. 3 *Dalla carta allo schermo (e ritorno)*, p. 53-122.

¹⁹ Fondamentale nel descrivere le innovazioni di processo nella storia del libro è l'intramontabile LUCIEN FEBVRE - HENRI-JEAN MARTIN, *La nascita del libro*, Roma-Bari, Laterza, 1988.

²⁰ PAOLA DUBINI, *Voltare pagina*, cit., p. 159.

²¹ CHRIS ANDERSON, *Free. The future of a radical price*, London, Random House, 2009.

²² <http://www.elsevier.com/wps/find/librariansinfo.librarians/tulip_fr_chap5>.

²³ ROBERT LYNCH, *Electronic book publishing - McGraw-Hill's database publishing system: a case study in the development, implementa-*

tion and management of on-demand publishing, in Brian Blunden - Margot Blunden (eds.). *The electronic publishing business and its market*. IEPRC-Pira International, 1994, pp. 119-136.

²⁴ GIULIO BLASI, *Ebook, DRM e biblioteche: una mappa sintetica sulle prospettive del 'digital lending' per libri e altri media in Italia*, "Bibliotime", anno XIII, numero 3 (novembre 2010); <<http://spbo.uni-bo.it/bibliotime/num-xiii-3/blasi.htm>>.

²⁵ JAIME D'ALESSANDRO, *Tablet e Kindle a quota 900mila e arriva l'ebook in prestito*, "La Repubblica", 2.2.2012.

²⁶ ELINOR OSTROM, *The evolution of institutions for collective action*, Cambridge, Cambridge University Press, 1990.

²⁷ Ivi, p. 18-21.

²⁸ Si allude alla teoria della "tragedia dei beni comuni", secondo cui la privatizzazione è l'unica alternativa allo sfruttamento selvaggio di un bene, che altrimenti si esaurirebbe: è il caso di un tratto di un'area agricola o di una riserva marina accessibile a tutti che diventano terreni di pascolo o di pesca intensivi; v. *The Tragedy of the Commons*, "Science", 13 December 1968: Vol. 162, no. 3859, p. 1243-1248, disponibile al link: <<http://www.sciencemag.org/content/162/3859/1243>>.

²⁹ L'ISBN fu introdotto in Gran Bretagna da Whitaker e negli Stati Uniti da Bowker, due attori privati, ma godette subito del favore delle associazioni degli editori, che ne proposero, tre anni dopo, l'estensione alle comunità editoriali di tutti i paesi; v. <<http://www.isbn.org/standards/home/index.asp>>. In Italia esso venne introdotto nel 1977 per iniziativa dell'Associazione italiana editori che costituì l'Agenzia ISBN per l'area di lingua

italiana, anche se in seguito ne affidò la gestione a un attore privato, l'Editrice Bibliografica.

³⁰ <<http://www.editeur.org/83/Overview/>>.

³¹ Si veda l'eccellente voce *Buchpreisbindung* in Wikipedia: <<http://de.wikipedia.org/wiki/Buchpreisbindung>>.

³² ALVARO GARZON, *National book policy. A guide for users in the field*, Paris, UNESCO, 1997.

³³ *La conoscenza come bene comune. Dalla teoria alla pratica*, a cura di Charlotte Hess e Elinor Ostrom, ed. italiana a cura di Paolo Ferri, Milano, Bruno Mondadori, 2009, p. 56.

³⁴ HAL R. VARIAN, *Copyright term extension and orphan works*, "Industrial and corporate change", 15, 6 (2006), p. 965-980; disponibile su <http://www.google.it/search?q=Copyright+term+extension+and+orphan+works&rls=com.microsoft:*&ie=UTF-8&oe=UTF-8&startIndex=&startPage=1&redir_esc=&ei=BgYsT7PFCoaU-wa-zeCyDg>.

³⁵ SIMONETTA VEZZOSO, *E-learning e sistema delle eccezioni al diritto d'autore*, Università degli Studi di Trento, 2009.

³⁶ Tale approccio che lascia libera la vendita dell'opera, ma la sospende nel caso di una successiva rivendicazione da parte del detentore del diritto d'autore, è denominato "opting out". Il caso di vendita commerciale dell'opera condizionato alla "ricerca diligente" del suo autore è invece definito "opting in".

³⁷ Il testo della Direttiva è disponibile al link seguente: <http://www.google.it/search?q=proposta+di+direttiva+opere+orfane&rls=com.microsoft:*&ie=UTF-8&oe=UTF-8&startIndex=&startPage=1&redir_esc=&ei=IaMnT_XiFobdsGbUkaXBAQ>.

Index=&start Page=1&redir_esc=&ei=IaMnT_XiFobdsGbUkaXBAQ>.

³⁸ Il sito del Ministero della cultura offre un'eccellente panoramica delle tematiche legate alla legislazione sul prezzo fisso del libro: *Le prix du livre, mode d'emploi*, <<http://www.culture.gouv.fr/culture/dll/prix-livre/index.htm>>.

³⁹ GIUSEPPE VITIELLO, *Policy-making. A European policy for electronic publishing*, "The Journal of Electronic Publishing", 6, 3, March 2011, disponibile al link: <<http://quod.lib.umich.edu/cgi/t/text/text-idx?c=jep;view=text;rgn=main;idno=3336451.0006.302>>.

⁴⁰ Cfr. PHILIPPE URFALINO, *L'invention de la politique culturelle*, avec une postface inédite, Paris, Hachette / Pluriel, 2010, p. 13-14.

⁴¹ *Manifesto UNESCO per le biblioteche pubbliche* (1995), nella traduzione in italiano curata dall'Associazione italiana biblioteche: <<http://www.aib.it/aib/commiss/cnbp/unesco.htm>>.

⁴² Le informazioni sulla nuova disposizione legislativa sono sul sito della Direzione generale per le biblioteche, gli istituti culturali ed il diritto d'autore in <<http://www.librari.beniculturali.it/genera.jsp?id=157&l=it>>.

⁴³ CHIARA BERNARDI, *Le biblioteche e il mercato del libro. Analisi di settore e prospettive di sviluppo*, Bologna, Il Mulino, 2009, p. 133.

⁴⁴ NANCY KRANACH, *Contrastare la "recinzione": rivendicare i beni comuni della conoscenza*, in *La conoscenza come bene comune. Dalla teoria alla pratica*, cit., p. 83-125.

⁴⁵ ANNA GALLUZZI, *Biblioteche e cooperazione. Modelli, strumenti, esperienze in Italia*, Milano, Editrice Bibliografica, 2004, p. 407-408.

⁴⁶ Notizie ricavate dal sito di OCLC: <<http://www.oclc.org/worldcat/catalog/default.htm>>.

⁴⁷ ALAIN JACQUESSON, *Google livres et le futur des bibliothèques numériques*, cit., p. 109 e ss.

⁴⁸ CORY DOCTOROW, *Ebooks: durability is a feature, not a bug*, "The Guardian", 8 marzo 2011, <<http://www.guardian.co.uk/technology/2011/mar/08/ebooks-harpercollins-26-times>>.

⁴⁹ JEAN-CLAUDE GUÉDON, *In Oldenburg's Long Shadow*, cit.

⁵⁰ *La conoscenza come bene comune*, cit., p. 14.

⁵¹ PAOLA DUBINI - ELENA GIGLIA, *La sostenibilità economica dei modelli di Open Access*, "AIDA Informazioni", 26, n. 3-4, luglio-dicembre 2008, <http://www.google.it/search?q=dubini+giglia+open+access&rls=com.microsoft:*&ie=UTF-8&oe=UTF-8&startIndex=&startPage=1&redir_esc=&ei=WrcnT9rsM5TT4QSHuITMAw>.

⁵² A questo concetto è dedicato il capitolo 8 di JEAN-CLAUDE GUÉDON, *In Oldenburg's Long Shadow*, cit.

⁵³ <<http://www.arl.org/sparc/>>.

⁵⁴ L'editore è Springer Verlag, con il portale SpringerOpen: <<http://www.springer.com/open+access?SGWID=0-169302-0-0-0>>.

⁵⁵ *La conoscenza come bene comune*, cit., p. 18.

⁵⁶ MONICA GALFRÉ, *Il regime degli editori. Libri, scuola e fascismo*, Roma-Bari, Laterza, 2005.

ABSTRACT

This is the first of a three article series devoted to the scholarly communication commercial and non-commercial chains. Innovation in both sectors does not follow the same dynamics. The critical dimension of economic change in the publishing sector is innovation in products, when it relates to content, and innovation in processes. As things stand, only when scholarly communication industries innovate in processes, will they acquire a long-lasting competitive advantage over their competitors. Other factors of innovation in the scholarly publishing industry are collective action and, more importantly, institutional policies. The non-commercial scholarly communication sector, mainly libraries, evolves according to a different dynamic: State and local governmental policies to begin with, and cooperative undertakings.