

Il valore dell'editoria: tra cultura industriale e industria culturale. Le politiche dell'offerta

Presenta le tesi: Fernando Folini, vice presidente di AIE

Giovedì, 21 settembre, ore 15.40

Doi: 10.1389/SG2006_Folini

Come può l'industria editoriale contribuire al rilancio del Paese?

L'editoria italiana è un vero e proprio patrimonio collettivo del Paese, che in cinquecento anni, a partire dai suoi esordi con Aldo Manuzio, ha stratificato e accumulato saperi specifici, innovandoli e adeguandoli continuamente ai tempi e alle necessità. Oggi può essere considerata a buon diritto la colonna portante e più rappresentativa dell'industria culturale, con oltre 3.000 imprese, 18.000 addetti, 53.000 titoli all'anno.

Volendo rappresentare la relazione fra cultura e industria, si può affermare che la cultura industriale è tesa fondamentalmente al risultato economico; l'industria culturale deve conciliare questo aspetto con la responsabilità di rendere disponibili sul mercato interno e internazionale prodotti che concorrano in modo efficace allo sviluppo complessivo del Paese attraverso la crescita intellettuale e creativa del capitale umano.

Le più recenti teorie economiche suggeriscono politiche industriali basate sulla ricerca di specializzazioni produttive, facendo leva sui possibili vantaggi competitivi nel commercio internazionale, e lavorando in modo coerente in questa direzione.

Nel caso dell'industria culturale, proprio la cultura può rappresentare un vantaggio competitivo per l'Italia.

È una frase che rischia di diventare un luogo comune, se non le si dà corpo attraverso opportune specificazioni. L'industria culturale è anch'essa un'industria e richiede lavoro, investimenti, innovazioni di prodotto e di processo, formazione, capacità imprenditoriali, infrastrutture, tecnologie, promozione, risultati economicamente significativi, e così via. Al suo interno l'editoria libraria è un comparto importante, con una peculiarità: in epoca di globalizzazione è una specializzazione europea e, all'interno dell'Europa, anche italiana.

Sviluppando il suo ruolo di mediazione culturale e di intermediazione, trasformazione e produzione di contenuti, l'editoria ha prodotto un'offerta estremamente articolata.

Per quanto riguarda i contenuti, infatti, l'offerta copre tanto le grandi aree alle quali tutti fanno riferimento, quanto le nicchie più minute professionali, di lifestyle. Per citare alcuni casi esemplificativi, in termini di numero di titoli/anno abbiamo da un lato 8.600 titoli di narrativa contemporanea, 4.200 di testi scolastici, saggi, universitari; dall'altro 1.000 titoli di sociologia, 510 di cucina, 1.020 di architettura, 2.100 di arte, 3.230 di diritto, e così via per un totale di 53-54.000 nuovi titoli all'anno.

Il pubblico dei lettori, inoltre, può disporre di un'offerta articolata non solo dal punto di vista dei marchi o delle collane, o da quello della ricchezza nelle proposte editoriali (autori, generi, letterature, argomenti, ecc.), ma anche dal punto di vista dei prezzi e dei canali di vendita. Per quanto riguarda i prezzi, va notato che il 20% dell'offerta è di titoli a un prezzo inferiore a 7,75



euro, il 40% da 7,75 a 15,50: il 60% dei titoli ha quindi un prezzo inferiore a quindici euro e mezzo.

Articolata anche l'offerta per canali di vendita, che affianca alla libreria tradizionale l'edicola, la grande distribuzione organizzata, i bookshop dei musei, le vendite online.

Ancora più interessante è il rapporto fra editoria e innovazione tecnologica, soprattutto in tema di rilancio produttivo del Paese. Le case editrici infatti sono da un lato consumatrici di prodotti tecnologici: tutti i loro processi produttivi sono stati ristrutturati e implementati utilizzando le nuove tecnologie come asse portante. D'altro canto vivono l'innovazione non solo come semplici fruitori, ma come produttori a loro volta di innovazione nelle tecniche di comunicazione, dall'intrattenimento alla scuola alla formazione professionale.

Questi ultimi anni hanno visto fiorire enciclopedie multimediali su CD, libri con integrazioni offline e/o online, banche dati su supporto elettronico, pacchetti didattici blended con l'utilizzo di ogni supporto. Già da anni è chiaro nella categoria, a ogni livello di responsabilità, che il prodotto editoriale non è il libro, o la rivista, o il CD, o il materiale online: questi sono solo i supporti del vero prodotto, costituito da un inestricabile complesso di beni immateriali. L'opera dell'ingegno autoriale, in primo luogo, ma anche tutta la progettualità connessa alla scelta e al coordinamento degli autori, o relativa ai supporti e al loro sviluppo e realizzazione.

Per completare il quadro di questa dichiarata ricchezza industriale e culturale, vale forse la pena di citare il fatto che la filiera editoriale è stata sovente rappresentata in modo generico e semplicistico, come un processo autore-editore/tipografo-distribuzione-lettore. Mentre la realtà è un flusso molto più reticolare e complesso, che prevede l'intervento di numerose figure professionali di profilo alto o medio, e particolarmente specializzate. La massima complessità viene raggiunta con la produzione di opere multimediali dove intervengono anche specialisti afferenti dal mondo IT e da quello della comunicazione audiovisiva.

A questa ricchezza culturale e industriale corrispondono anche elementi di fragilità, ai quali occorre rispondere in modo adeguato. In primo luogo, in un'epoca di globalizzazione il mercato di lingua italiana è una nicchia, dalla quale esportare prodotti culturali è più difficile e faticoso che far circolare opere in lingua inglese, o spagnola, nei relativi mercati.

Come secondo fattore critico interno, possiamo citare il fatto che le imprese italiane, anche in questo settore, sono in genere molto piccole. Ciò è senz'altro una ricchezza laddove stimola la creatività, la competizione, il pluralismo delle idee, l'innovazione. Ma è un limite nel momento in cui sono necessari investimenti in ricerca e sviluppo, nella promozione sui mercati internazionali, nello sviluppo di adeguati percorsi di crescita qualitativa e quantitativa del capitale umano impegnato nel settore editoriale.

Un Paese che deve produrre ricchezza – una società impreparata

I veri problemi sorgono nel momento in cui si cerca di far leva sul mercato interno, per metterci in condizioni di sviluppare prodotti/canali ad alto valore aggiunto culturale, che consentano alla società italiana di sviluppare valore con produzioni basate sulla innovazione, e agli editori di proiettare i loro prodotti verso il mercato globale, anziché importarli. Il fatto è che la società italiana di questi anni sembra soffrire di una particolare sindrome, riguardo alla percezione dei valori.

La distorsione nella percezione dei valori potrebbe avere infiniti esempi: un romanzo ha un valore percepito inferiore ai 18,5 euro: questo quasi indipendentemente dalla sua qualità, dal numero di pagine e anche dal suo autore. E ancora: scaricare da iTunes un brano in alta qualità



viene considerato costoso (0,9 euro), mentre è normale pagare 3 euro poche battute in bassa qualità sotto forma di suoneria di telefonino. (Incidentalmente: il fatturato delle suonerie in Italia è circa 8 milioni di euro, il doppio di quanto ha realizzato nel 2005 la mostra d'arte di maggior successo, frequentata da oltre 400.000 visitatori). I CD interattivi e multimediali sono evidentemente molto utili per l'utente e molto costosi per il produttore, ma il CD allegato a un libro non ne aumenta il valore percepito.

Esistono alcuni dati che esprimono il risultato di questi atteggiamenti: il contributo dell'industria culturale al PIL in Italia è dell'1,1% contro una media europea del 5%. (Anche considerando tutte le produzioni culturali, compresi musei, teatri, etc, la percentuale sale al massimo al 2,5). Oppure, con un'altra ottica: nel 1985 i libri del comparto culturale (saggistica, scolastica, universitaria, etc.) rappresentavano il 19,8% del totale dei libri prodotti; nel 2005 questo valore scende al 9%.

Più in generale, si può affermare che nella nostra società l'innovazione viene osannata, ma si considera innovazione il consumo di prodotti tecnologici, non il loro uso per creare cultura in grado a sua volta di generare valore.

Vincoli e ostacoli all'azione

I problemi che già pone la deformazione percettiva della società civile allo sviluppo di una forte azione di sviluppo dell'industria culturale, sono poi esasperati dall'incontro con l'attività della Pubblica Amministrazione (nell'accezione più generale del termine: statale, regionale, locale...).

Le P.A. investono in tecnologie, mai o quasi mai nei contenuti. In alcuni casi al contrario si trasformano impropriamente in editori, facendo concorrenza al comparto con l'utilizzo di fondi pubblici. Le infrastrutture che dipendono dalle P.A. sono sovente inadeguate a reggere il flusso di informazioni che una società moderna e una industria culturale moderna devono mantenere.

Esistono poi vincoli e ostacoli allo sviluppo dell'industria culturale praticamente in ogni settore specifico, come conseguenza di norme burocratiche e dispositivi di legge quasi sempre penalizzanti. Bastano pochi esempi per rendere un'idea delle problematiche che tutto il settore deve affrontare.

L'editoria d'arte italiana, in un Paese che vanta il maggior giacimento di beni culturali al mondo, non riesce a esprimere il proprio potenziale per gravi inefficienze dei meccanismi di transazione, e per l'elevata onerosità dei diritti di riproduzione, introdotta da una legge per altri versi meritoria (la c.d. legge Ronchey), ma i cui dettagli sono ormai inadeguati in un ambiente ora globalizzato.

L'editoria universitaria accusa la concorrenza delle fotocopie, verso la quale gli organismi pubblici dimostrano una inefficiente attività di contrasto, quando non palese tolleranza. Ma, fatto ancor più grave quando si pensi al rilancio del Paese, soffre l'inconsistenza dei programmi delle nuove lauree brevi, che impedisce la messa a punto di materiali di adeguato spessore culturale.

L'editoria medica è letteralmente schiacciata da una assurda modalità di recepimento della direttiva europea sul farmaco, e del mancato avvio della formazione a distanza in sanità, peraltro annunciato per iscritto da un Ministro ormai quasi sei anni fa.

L'editoria giuridica deve affrontare come criticità la disponibilità dei dati pubblici, che solo parzialmente sono facilmente accessibili e garantiti.



Sono solo pochi esempi: ogni settore editoriale subisce il concorso di circostanze tutte o quasi di segno negativo. Per non citare poi il grande tema del diritto d'autore (che sarà il tema del terzo focus di questi Stati Generali), sotto continuo attacco in modo da far temere una futura interruzione della catena del valore che origina dalle opere dell'ingegno.

La necessità di politiche industriali

Da parte delle imprese

Gli obiettivi di politica industriale devono essere definiti attorno alla finalità più generale di sostenere una specializzazione produttiva italiana in ambito culturale.

Le imprese hanno definito una serie di obiettivi, che intendono continuare a perseguire:

- L'aumento delle attività di ricerca e sviluppo.
- L'aumento delle esportazioni di beni e servizi, ma anche di diritti d'autore su opere italiane e della capacità di interagire con i mercati internazionali.
- L'aumento della qualità del capitale umano impegnato nel settore editoriale.
- La diffusione di strategie di "collaborazione competitiva" all'interno del settore e tra le imprese e il settore pubblico, fino alla possibilità di creare una sorta di "distretto virtuale" dove i meccanismi tipici dei distretti industriali non siano più legati alla variabile territoriale, in quanto l'editoria tratta di beni immateriali e pertanto deve sviluppare reti di relazioni non confinate in territori ristretti.

In questa direzione alcuni casi di politiche di collaborazione tra le imprese, talvolta nel seno dell'Associazione, talvolta autonomamente, si sono diffusi nel tempo ed hanno esemplarmente riguardato lo sviluppo di servizi pre-competitivi e la gestione aperta e non discriminatoria di standard tecnologici. Ciò ha consentito di avviare nuovi servizi aprendo opportunità di successo a più operatori. Tra i possibili esempi, val la pena di citare:

- I progetti di collaborazione tra le imprese che hanno consentito di sviluppare applicazioni di tele-ordering e servizi connessi lungo le catene commerciali, accessibili da tutti gli operatori.
- Il sistema di rilevazione dei dati adozionali nelle scuole, interamente sostenuto dagli editori e che fornisce servizi anche alle famiglie.
- La stesura di linee guida per la certificazione UNI EN ISO 9001 delle case editrici che producono testi per la scuola.
- La partecipazione di un significativo gruppo di case editrici al progetto DIGI Scuola per la produzione di Learning Object destinati all'integrazione dell'istruzione nei settori della lingua italiana e della matematica nel primo biennio della scuola secondaria superiore.
- La stesura di uno standard UNI EN ISO 9001:2000 di certificazione di qualità nella Formazione continua in medicina, che certifica la qualità dei progetti didattici in un comparto chiave del sistema formativo italiano.

Da parte del settore pubblico

Le future azioni della Pubblica Amministrazione dovranno tenere conto che quella editoriale è un'impresa sui generis, che richiede politiche industriali specifiche (oltre a quelle più trasversali e comuni: fisco, contratti collettivi nazionali, incentivi alle imprese).

Sarà necessario promuovere la ricerca e sviluppo di specializzazioni produttive in ambito culturale, fornire sistemi di incentivazione alla creazione di distretti virtuali, favorire meccanismi di riconoscimento e incentivazione della qualità, valutare l'accesso al credito per le piccole case editrici.



Più specificamente, la Pubblica Amministrazione è chiamata a tenere conto delle esigenze specifiche dei singoli settori. Come esempi fra tanti: incentivare anche fiscalmente il consumo culturale dei professionisti; rivedere i regime di licenze e tariffe per l'editoria d'arte e affrontare celermente l'informatizzazione dell'interfaccia pubblico/privato; sfruttare al meglio il know how degli editori per sviluppare la Formazione a Distanza in Sanità e in altri settori di pubblico interesse.

In sintesi, si tratta di utilizzare l'editoria come grande e disponibile opportunità per avviare una riqualificazione e un rilancio del sistema Italia con una progettualità basata sulla cultura creatrice di valore aggiunto, fornendo strumenti anche legislativi forti e rimuovendo vincoli e ostacoli.