

Cultura

EDITORIA/ Legge Levi, Dal Pane (Itaca): il libro non è una saponetta

INT.

Eugenio Dal Pane

giovedì 1 settembre 2011

Dal primo settembre è scatta la legge Levi sull'editoria. Una legge che era in ballo da anni, almeno dal 2008, e che da oggi entra pienamente in vigore, prendendo il nome dal politico del Pd che l'ha promossa e ideata ottenendo un consenso bipartisan. Una legge che ha subito scatenato polemiche e fronti contrapposti. Di cosa si tratta? In pratica da oggi non sarà più possibile applicare sconti ai libri in vendita superiori al 15% del prezzo di copertina, sia in libreria che online. Fino a ieri specie nelle grandi catene di rivenditori per non parlare dei megastore online tipo Amazon, era usuale trovare parecchi libri con sconti anche del 40% e ancora di più. I primi a protestare sono gli acquirenti, a cui si sono aggiunti anche molti editori e librai, che lamentano fra le altre cose una limitazione della libertà di commercio. Per altri, invece, questa legge è un'ottima iniziativa, perché tutela il piccolo editore nei confronti del grande. Di fatto, dicono questi ultimi, la maggior parte dei libri scontati erano solo quelli di grandi case editrici e di autori famosi, cosa che induceva l'acquirente a fermarsi su quei pochi soliti noti ed evitare di scoprire la grande offerta che invece si cela in una libreria. **Per Eugenio Dal Pane, figura storica dell'editoria italiana grazie alla sua casa editrice Itaca, che IlSussidiario.net ha intervistato sull'argomento,** si tratta di capire cosa si cela veramente dietro uno sconto. Ma anche di cogliere l'occasione di dibattito che questa polemica sulla legge Levi ha introdotto per capire cosa veramente sia a un libro e perché vada tutelato. Per Dal Pane, infatti, il libro è ancora un oggetto particolare con una valenza messa in discussione dalla società contemporanea: un mezzo di comunicazione di cultura. "Questa è una legge che rimette ordine" ci ha detto. "Se l'Iva del libro è una Iva agevolata del 4% anziché del 20% come quella di una saponetta è perché si è considerato il libro un bene particolare e non un prodotto di consumo. Questa deve essere la regola: un prezzo imposto, come peraltro accade già in molti Paesi europei dove non si applica alcuno sconto sui libri, poi sarà il mercato a dire se ho fatto il prezzo giusto, non sei tu che lo compri a dire quale è il prezzo giusto". C'è chi dice però che con l'entrata in vigore di questa legge si limita la libertà dell'editore e del libraio, e soprattutto si attaccano i consumatori: "Noi siamo un editore che ha sempre puntato a vendere al prezzo pieno. Lo sconto in realtà è un po' una presa in giro del consumatore". In che senso? "Ogni azienda per stare in piedi deve assicurarsi una sua marginalità. Ma il meccanismo che si è innestato è questo: la catena di negozi fa lo sconto al cliente, ma chiede uno sconto molto alto all'editore a livello di cessione del prodotto. Cosa fa l'editore? Si difende alzando il prezzo del libro, quindi lo sconto in realtà è una sorta di partita di giro, prima alzo il prezzo di copertina poi ti faccio lo sconto. Allora la domanda da porsi è un'altra: in che modo è stato possibile fino a oggi fare certi sconti?"

Già: in che modo? "Sostanzialmente in due modi" spiega Dal Pane. "O il libro per chi lo vende non è un prodotto significativo, cioè viene venduto all'autogrill, dal giornalaio o nel negozio di elettrodomestici e quindi non è il prodotto tipico di quell'esercizio, ma è un prodotto che si aggiunge. Dunque viene smerciato con ogni tipo di sconto". Come la saponetta di cui prima: "Infatti. E' ovvio che dal punto di vista del consumatore lo sconto è sempre gradito, bisogna chiedersi qual è il prezzo dello sconto. Il libro ha bisogno di un buon intermediario. E' come quando un buon enologo ti consiglia un vino piuttosto del cameriere. Allora il prezzo dello sconto è che la trasmissione della cultura si impoverisce: non hai più un libraio che sa parlarti del libro e del contenuto, ma commessi che dicono ce l'ho o non ce l'ho. Non sanno dirti se è adatto a te o alla persona che lo vuoi regalare". E il secondo punto di cosa si cela dietro il prezzo di un libro? "C'è un elemento di criticità per l'editoria, un settore dove il prodotto cambia dopo giorni, dopo un mese diventa

vecchio e viene espulso dal processo di vendita. E' l'unico settore del commercio dove avviene una cosa del genere. Tutto ciò per un impoverimento del concetto che sta dietro al libro". Una massificazione e un impoverimento della cultura: "A me piace citare il filosofo Václav Belohradský, che diceva che la coscienza europea è minacciata da istituzioni organizzate così perfettamente da imporre come legittima ogni loro azione: gli Stati si programmano i cittadini, le industrie, i consumatori, le case editrici, i lettori, ecc. Tutta la società un po' alla volta diviene qualcosa che lo Stato si produce". In questo scenario possono aver giocato un ruolo i nuovi canali di vendita online, ad esempio Amazon che praticava forti sconti? "Amazon è appena arrivato e non ha determinato lo stato delle cose. E' piuttosto la guerra fra le varie catene ad aver creato una situazione del genere. Io non mi scandalizzo di questa situazione, sono logiche commerciali e ogni attore cerca di acquistare maggior pubblico anche con gli sconti, però capisco le conseguenze di tutto questo. Stanno desertificando il mondo della cultura, il prezzo del libro e relativo sconto è una grande omologazione. Case editrici e catene sono in mano a manager che vengono da altri settori e trattano il libro come oggetto qualsiasi, alla lunga per le persone diventa un grande inganno".

Dunque è vero quello che dicono alcuni, che questa legge tutelerà il piccolo editore. "Intanto io non sono uno di quelli che dice che il piccolo editore fa solo cose buone e il grande editore no. Entrambi fanno cose buone e meno buone. Però è vero che il piccolo editore sarà maggiormente tutelato, ma così anche il piccolo libraio, quello che sta in paese e non nelle grandi città. Se ci sono pochi attori che producono cultura come si sta riducendo il mercato dell'editoria, questi produrranno in base alla loro cultura limitando la libertà generale. Il libraio capace di consigliare a una mamma il libro adatto al proprio figlio è un valore che va tutelato". Dal Pane conclude citando l'esempio del Meeting di Rimini, dove la libreria è ogni anno meta di migliaia di acquirenti: "La gente compra e compra molto al Meeting. E compra libri senza sconto. Questo significa che sa che sta comprando un oggetto di valore, si fida di chi glielo sta vendendo".

(a cura di Paolo Vites)

© Riproduzione riservata.