

Gli obiettivi e il programma del Centro per il libro e la lettura

Gian Arturo Ferrari

Nel nostro Paese ci troviamo di fronte ad un paradosso. Da un lato costituiamo un grande mercato editoriale (siamo settimi nel mondo e quinti in Europa per fatturato e titoli pubblicati) e la spesa nazionale per acquisto di libri risulta di molto superiore a quella sostenuta per altri consumi culturali (home video, musica, cinema, videogiochi, teatro, mostre e musei), dall'altro i dati sulla lettura evidenziano una manifesta debolezza rispetto ad altri paesi industrializzati. Ad un'analisi ravvicinata si osserva, infatti, che i lettori costituiscono il 38% della popolazione di età superiore ai 14 anni (contro il 60,2% della Germania, il 63,7% del Regno Unito, il 48,3% della Francia, il 47,6% della Spagna), ma solo 4 milioni di italiani, pari all'8%, possono definirsi lettori abituali. Inoltre le differenze sociali, basate sul livello di istruzione e di reddito dei lettori, invece di attenuarsi si sono accentuate negli ultimi anni, manifestando una familiarità con il libro concentrata prevalentemente nelle classi più alte.

In definitiva le potenzialità offerte dal mercato non sono state colte appieno e alla lettura non è stato riconosciuto finora in Italia un adeguato valore sociale, considerato il ruolo che essa può giocare nella crescita culturale e civile dei cittadini.

Si comprende quindi come il Centro per il libro e la lettura, la cui costituzione era attesa da anni, si ponga come obiettivo prioritario l'allargamento e la democratizzazione della lettura, portando entro dieci anni la quota dei lettori al 50%, con un 10% di abituali e un 40% di saltuari.

A questo traguardo principale si aggiungono altri obiettivi, secondari ma non meno importanti, legati alla "cultura del libro", cioè alla sua tutela e salvaguardia, cui saranno dedicati specifici progetti.

Il punto di forza del nuovo organismo è costituito dalla cooperazione tra l'amministrazione pubblica e i soggetti imprenditoriali, accomunati da un reciproco interesse a far crescere il settore editoriale - dal punto di vista della produzione, della diffusione, della commercializzazione - e a valorizzare la creatività degli scrittori italiani in Italia e all'estero, ma impegnati anche in una comune battaglia civile, promuovendo iniziative e strumenti che facilitino la confidenza con il libro - veicolo prezioso d'istruzione e di svago, di cultura e di evasione - nelle fasce più deboli ed emarginate.

Un'altra caratteristica del nuovo Centro è il policentrismo: a differenza del Centre du livre francese, le sue funzioni si articoleranno su tutto il territorio nazionale: non solo Roma, sede amministrativa centrale, ma anche Milano, individuato come centro dei rapporti con gli editori, e Torino (già sede storica del Salone del libro) che costituirà il punto d'incontro internazionale con istituzioni ed enti di ricerca per approfondimenti culturali e dibattiti su criticità e prospettive di sviluppo.

Per quanto riguarda le risorse finanziarie, agli stanziamenti del Ministero per i beni e le attività culturali si aggiungeranno quelli degli editori (derivanti dai fondi generati dal prestito interbibliotecario), ma, come annunciato da Ferrari, il Centro punterà anche su forme diverse di autofinanziamento, sia attraverso servizi resi a terzi, sia attraverso donazioni di privati. A questo scopo sarà costituita l'Associazione Fahrenheit 451, che dovrebbe raccogliere una cifra complessiva di 4,5 milioni di euro vendendo a persone "fortunate" e "generose", disposte ad assumersi un impegno civile, ciascun grado Fahrenheit a 10.000 euro l'uno, rendendo così possibile il completamento dei progetti programmati.

Nei primi tre anni si prevede innanzitutto di *costruire un modello sperimentale di promozione*, su scala provinciale (almeno tre province del Nord, Centro, Sud), verificandone l'efficacia prima di applicarlo a livello nazionale. L'attenzione sarà incentrata soprattutto sui minori di 14 anni, per tre ragioni: «perché essi costituiscono il futuro, perché i genitori sono più disposti a investire per i figli, perché il mercato ragazzi in Italia è arretrato (il 6% contro il 10% della Spagna, l'11% della Francia e del Regno Unito, il 12% della Germania, il 18% degli USA)».

Il progetto sarà coordinato da un gruppo di lavoro costituito da CEPPELL, enti locali, organizzazione scolastica, stampa locale, librai ed editori, e sarà realizzato con il concorso di università, associazioni culturali, radio e TV locali, biblioteche, associazioni imprenditoriali e commerciali, banche e fondazioni di origine bancaria.

Allo stesso obiettivo di allargamento e "democratizzazione" della lettura sono indirizzate altre due iniziative, di più immediata realizzazione. La prima, destinata a raggiungere categorie deboli e svantaggiate, consiste nell'*offrire gratuitamente a carceri, ospedali, case per anziani, piccoli comuni e piccole scuole libri di buona qualità* che gli editori eliminerebbero dal mercato. Non ci si nascondono i problemi di realizzazione di questo progetto, in quanto le esperienze degli anni passati hanno evidenziato notevoli difficoltà (di ordine legislativo, logistico, informatico, rischio di commercio illegale), per non parlare del costo elevato, se lo si applica su larga scala.

La seconda iniziativa, del tutto nuova, ha lo scopo di «familiarizzare al libro e attribuirgli un valore affettivo», costruendo l'abitudine a *regalare ogni anno, in un determinato giorno (il 23 maggio), un libro a tutti coloro cui si vuole bene*. Questo "appuntamento fisso" degli italiani con le librerie dovrebbe essere preceduto da una intensa campagna comunicativa, ed essere collegato alla Giornata nazionale della lettura.

Altre linee sono state tracciate dal presidente Ferrari per perseguire ulteriori obiettivi culturali ed economici:

- assicurare una maggiore *presenza internazionale agli autori e alle opere italiane*: affiancando le iniziative promozionali del Ministero degli Esteri (con cui è auspicabile un coordinamento) con azioni più squisitamente editoriali, offrendo cioè agli editori stranieri delle principali lingue di coprire le spese di traduzione;
- proporre l'Italia, e in particolare Torino, come sede internazionalmente riconosciuta di riflessione e di elaborazione sulla cultura del libro, costruendo nel Castello di Racconigi un *appuntamento annuale di studio e di confronto* sui temi di frontiera, sull'evoluzione e sul futuro del libro;
- disporre di un *quadro quantitativo esauriente e preciso* del mondo del libro in Italia: rilevando non solo le abitudini alla lettura dichiarate dagli stessi soggetti ma anche il consumo effettivo delle famiglie. Operativamente si propone di affidare a Nielsen Panel Consumer la rilevazione dell'effettivo acquisto di libri, integrare questi dati a Nielsen Bookscan (rilevazione delle vendite) e aggiungervi dati di fatturato mensile delle case editrici.

Nella valutazione complessiva del settore editoriale, restano infine sul tappeto alcune questioni specifiche, da affrontare e da risolvere con opportuni interventi legislativi: il prezzo del libro, la perequazione IVA tra libri e quotidiani/periodici, e tra libri a stampa e libri in formato elettronico, la riforma del trattamento fiscale del diritto d'autore.

* Gli obiettivi di lungo termine e il programma del primo triennio di attività del Centro per il libro e la lettura (CEPELL) sono stati illustrati da Gian Arturo Ferrari, che ne ha assunto la presidenza. Sono qui riprese alcune delle considerazioni espresse dal presidente in quella sede nel corso della Conferenza stampa tenutasi a Roma il 17 feb-

braio 2010, cui hanno partecipato i ministri Sandro Bondi (Beni e attività culturali), Mariastella Gelmini (Istruzione, università e ricerca), Giorgia Meloni (Gioventù) e il sottosegretario alla Presidenza del Consiglio Paolo Bonaiuti, responsabili, a diverso titolo, delle politiche del settore.