

La casa editrice Liber internazionale

Nei primi anni Novanta del Novecento i lettori italiani erano particolarmente ben disposti ad ascoltare le proposte che venivano da piccole realtà editoriali. Progetti agili, senza grandi ambizioni (se non un po' di presunzione sulla propria capacità di contribuire alle sorti progressive del libro), ma attenti al recupero della tradizione, dei classici dimenticati o del nuovo autore che aveva ancora bisogno di essere riconosciuto. Per avere prova di questo clima basta raccogliere le testimonianze di chi organizzò e frequentò, in quegli anni, il Salone della piccola editoria al castello di Belgioioso e la Fiera del libro di Torino. Nacquero così molte case editrici fondate, però, più sul "volontariato" - o, meglio, su costi contenutissimi - che sui capitali. Tra le molte iniziative ce n'era una, la Casa editrice Liber Internazionale, fondata dal sottoscritto con due soci di capitale: un commercialista, Ignazio Disca, e un notaio, Gianvincenzo Pisa. La sede della casa editrice era Pavia, prima, e Cortesolona, un paese della provincia di Pavia, dopo.

Era la fine del 1991, il progetto prese corpo attorno ad un presupposto economico e ad un obiettivo culturale. I primi libri furono diffusi in libreria nella primavera del 1992. La casa editrice doveva autofinanziarsi - salvo un volano finanziario iniziale - grazie ad una collana di *instant-book* che certamente non avrebbe alimentato il catalogo (e quindi non avrebbe dato valore all'impresa), ma che avrebbe consentito la pubblicazione, in altre collane, di volumi con un pubblico più sofisticato e con un "assorbimento" più lento. Sovrano doveva essere il lettore. Per questo la casa editrice si proponeva di pubblicare, nelle collane di *fiction*, romanzi con ambizione letteraria ma che, al tempo stesso, presentavano *plot* ricchi e ben confezionati. Era nostra convinzione che i generi letterari ritenuti meno "elevati" (spy-story, giallo, avventura, romanzo d'amore, ecc.) fossero la giusta contaminazione per testi che non volevano limitarsi all'intrattenimento.

Lo slogan poteva essere: «Arte e artigianato si possono perfettamente integrare; vuoi rendere universale un archetipo, un modo di sentire, il respiro del tempo che scorre? D'accordo, ma allora impara a condurre per mano il lettore, senza costringerlo a una sterile lotta contro la noia e la fatica di comprendere messaggi sepolti». Non era un impegno banale, anche perché si correva il rischio di scivolare su scelte poche rigorose o azzardate di autori e romanzi che avrebbero reso un cattivo servizio all'obiettivo della casa editrice: abbattere quella barriera che la critica letteraria tende ad erigere tra letteratura cosiddetta seria e letteratura d'evasione.

Per la saggistica valeva un discorso simile. Settori di particolare interesse sarebbero stati la sociologia e la storia, con un approccio molto rigoroso ma altrettanto rigorosamente divulgativo. Il rispetto di questi obiettivi passava attraverso un lavoro

molto faticoso di programmazione con gli autori prima e di editing (a volte spietato) dopo.

La scelta di una collana di biografie di bruciante attualità si rivelò inizialmente vincente. Quantomeno per i numeri a cui è abituata una piccola casa editrice. Le prime tre furono dedicate: al mitico ballerino russo Rudolf Nureyev (autore Sergio Trombetta, critico di danza de «La Stampa», con un ricordo di Carla Fracci). Andò in libreria due mesi dopo la sua morte per Aids; all'ideologo della Lega Nord Gianfranco Miglio (di Giorgio Ferrari, inviato speciale di «Avvenire»), in libreria mentre il partito di Umberto Bossi guadagnava posizioni su posizioni e la gente sentiva il bisogno di capire chi era il suo “cervello” o la sua “anima”; al boss dei boss di Cosa Nostra Totò Riina (di Enzo Catania, direttore de «Il Giorno» e tra i massimi esperti di mafia in Italia), andò in libreria tre mesi dopo l'arresto, cinque mesi prima della biografia pubblicata da un'importante casa editrice italiana. Che comunque non ebbe lo stesso successo. Tutti e tre i volumi arrivarono alla seconda edizione, con la biografia di Riina oltre le 7 mila copie, quella di Miglio a 4 mila e quella di Nureyev oltre le 3.500.

Seguirono poi: una biografia di Marco Pannella (scritta da Mauro Suttora, inviato speciale dell'«Europeo»); un saggio sul rapporto tra gli ex comunisti e l'economia (*Risparmiatori, professionisti, industriali: i comunisti li mangiano ancora?*, di Sergio Luciano, capo dei Servizi economici de «La Stampa»), in libreria tre mesi prima della tornata elettorale del 1994 che vide l'affermarsi del partito di Silvio Berlusconi; *Il mistero d'Ylenia* (di Enzo Catania e Mario Celi, un'indagine giornalistica sulle tracce della figlia di Al Bano e Romina Power appena scomparsa negli Stati Uniti). Questi tre volumi, però, non ebbero uguale fortuna.

La collana di *instant-book*, quella che doveva provvedere al finanziamento delle altre collane con ritorno finanziario più lento, venne, dopo una sofferta decisione, chiusa e convertita in una collana di “Strenne” e in una dal titolo “La cucina del grande cinema”. Nel Natale del 1994 venne pubblicato, nella prima collana, un volume cartonato in quadricromia di grande formato: *Palla di neve, fuga per la libertà*, di Emilio Nessi, fotografo-giornalista di «Topolino», esperto in animali da salvare e in via di estinzione. Il libro venne co-prodotto (perché i costi si presentavano piuttosto elevati) con la tipografia Pi-me di Pavia, stampatrice dei libri della Liber. Fu un successo: 15.000 copie vendute, cessione dei diritti cinematografici (attore principale del film sarebbe stato Paolo Villaggio) e cessione dei diritti per la riduzione scolastica. L'idea de “La cucina del grande cinema” nasceva con l'acquisizione dei diritti di una fortunata collana pubblicata negli Stati Uniti e in Germania. Si trattava di ricette ispirate a momenti salienti dei film più famosi e, soprattutto, al tempo e al luogo in cui erano ambientate le storie. Vennero tradotti e pubblicati: *La cucina di Casablanca*, *La cucina di Via col vento*, *La cucina del Dottor Zivago*. Venne invece commissionata a un autore italiano, Franco F. Ferrario, *La cucina della Mia Africa*. I quattro volumetti vendettero circa 4.000 copie, con *Casablanca* in assoluto vantaggio sugli altri volumi.

Nella collana “Le Clessidre” la casa editrice si propose di accogliere testi dimenticati che potessero incastonarsi nell'attualità o saggi che aiutassero ad interpretare il presente. Vennero così riproposti: *L'arte di rubare*, di un anonimo portoghese (gesuita) del Seicento, con un'importante introduzione del sociologo e politico Luigi Manconi;

La vita del Barone von der Trenck scritta da lui medesimo, un classico del Settecento tedesco, una specie di Casanova d'Oltralpe, con l'autorevole presentazione del germanista Italo Alighiero Chiusano; *Stelle Anima e Corpo*, un testo di ispirazione junghiana dello psicoterapeuta torinese Angelo Musso; *Un amore di Maria Callas*, rivisitazione a forti tinte del rapporto tra la grande cantante lirica e Pier Paolo Pasolini, una *liaison* poco conosciuta, scritta da un autore che si nascondeva dietro allo pseudonimo di Tripeleff; *La golosa erudizione* di Marco Scardigli, storico novarese appassionato di cucina, con un sottotitolo che chiariva i contenuti del libro: *aforismi e aneddoti, citazioni e riflessioni da spendere a tavola e in cucina*; *Altre ipotesi su Gesù* di Diego Gabutti, un'antologia di tutte le più disparate interpretazioni della vita di Cristo dal medioevo a oggi; *Vite dettate*, dello psichiatra genovese Marco Ercolani, poeta e autore di racconti che scavano a fondo nella malattia mentale; un inedito, in Italia, di Aldous Huxley, *La condizione umana*, a cura di Roberto Carretta, studioso torinese e amico del ramo italiano della famiglia Huxley; *Donne che scrivono ti amo*, un testo nato dalla tesi di laurea di una storica torinese, Anna Teresa Iaccheo, che analizza il modo femminile di esprimere amore nelle lettere dal Settecento alla Resistenza ai nazifascismi.

Altri titoli si aggiunsero poi alla collana senza che nessuno di loro potesse giungere ad una seconda edizione. L'ultimo libro pubblicato, in ordine di tempo, nella collana "Clessidre", è la biografia di Giordano Bruno tradotta dal francese. La tiratura iniziale per ogni titolo era di 2 o 3 mila copie, a seconda della valutazione commerciale data al volume. Certamente questi volumi hanno contribuito a dare un "valore" alla casa editrice.

Nella collana "I Labirinti" si giocava fortemente la scommessa editoriale a cui abbiamo già accennato. Il lavoro di scelta, discussione con l'autore e l'editing finale erano di radicale importanza. Del primo romanzo pubblicato si esaurì la tiratura iniziale di 3.000 copie. Era un libro ben architettato, in stesura, con l'autore Natalino Bruzzone. Il titolo: *Il quarto sparò*, ispirato a fatti reali e, in particolare, al quarto proiettile partito dalla collina di Dallas, dove venne ucciso Kennedy nel 1963. Per lanciare il libro decidemmo, d'accordo con distributore e promotori in libreria, un'insolita promozione: al volume venne allegato un aquilone. Nei tradizionali luoghi di vendita l'iniziativa non venne particolarmente apprezzata ma, forse, solo perché richiedeva una segnalazione al cliente e una dedizione al prodotto rara nelle librerie generiche. Nelle mostre del libro, invece, lo slogan «un libro per papà e mamma, un aquilone per il bambino» incontrò un discreto successo. Seguì *Contessa* del magistrato romano Giancarlo De Cataldo, ispirato al giallo dell'Olgiata (l'assassinio della contessa Alberta Filo della Torre, appena avvenuto alle porte di Roma) ma con l'obiettivo di scandagliare la depressione che in Italia, negli anni Ottanta, aveva rapito gli ex sessantottini. Poi vennero: *I giorni della bufera*, di Mang Ke, giovane scrittore cinese messo al bando a Pechino, una storia di sesso e spregiudicatezza politica nella campagna cinese della Rivoluzione culturale; *Viaggio a Capri* dello scrittore Davide Pinardi, una ucronia con al centro Lenin, Gorkij e il *milieu* rivoluzionario russo a cavallo di Otto-Novemcento; *Come fare l'amore con un negro senza stancarsi*, l'espilarante storia di alcuni immigrati di colore che aveva già avuto molto successo in Canada. Nessuno dei libri si trasformò in best seller. Anzi, tutti faticarono (tranne *Il quarto sparò*) a superare le 1.000 copie di vendita (la tiratura era stata di 2.000), nonostante

1.000 copie di vendita (la tiratura era stata di 2.000), nonostante sugli ultimi tre romanzi l'editore avesse riposto le migliori aspettative.

“Enciclopedia Universale” è la collana dei tascabili - volumetti agili, di piccole dimensioni, anche illustrati in bianco e nero, con frontalini e fregi finali, ma rigorosamente a basso prezzo -, nata per spaziare a trecentosessanta gradi tra saggistica e *fiction*, nel solco degli obiettivi culturali che si era data la Liber internazionale. La collana ebbe così diverse sezioni: gli aforismi (Chamfort, *Amore & Letteratura*; Cyrano de Bergerac, *Naso & Parnaso*), scelte rigorose, il fior da fiore preso dagli autori ritenuti “più fulminanti”; i classici (Marcel Proust, *Impressioni di viaggio in automobile*; Georges Rodenbach, *L'amico degli specchi*), piccoli capolavori “quasi” dimenticati; i racconti (Feng Jicai, *La raccoglitrice di carta*; Antonio Mediz Bolio, *La terra del fagiano e del cervo*; Edoardo Calandra, *La bell'Alda*; Natalino Bruzzone, *Il passerotto maltese*; Sergio Kraisky, *Sherlock Holmes e il banchiere italiano ucciso a Londra*; Stéphane Mallarmé, *Racconti indiani*; Ferdinando Albertazzi, *Casa di donna*), dove autori classici vengono pubblicati fianco a fianco con autori contemporanei italiani e stranieri; i reportage (*Viaggio in treno da Hanoi fino a Mosca passando per Pechino*, di Massimo Loche; *Beirut, ritorno al paradiso*, di Fabio Parasecoli; *Piovra Gialla* di Francesco Sisci; *Dio d'Oriente*, di Aldo Cazzullo, *Nietzsche in Italia*, di Guides Portalès). Le tirature erano di 3.000 copie.

Best seller, ristampato più volte, la storia medioevale *La Bell'Alda*, dello scrittore-illustratore piemontese vissuto a cavallo tra Otto e Novecento Edoardo Calandra. Il successo è sostanzialmente da attribuire al luogo principale di vendita del volume: la sagra di San Michele, uno dei “luoghi magici” della Val di Susa (Torino), un favoloso monastero fondato nell'Alto medioevo dove le guide raccontano la storia della Bell'Alda che, rincorsa dai suoi violentatori, si getta nel vuoto (da mille metri) mentre uno stuolo d'angeli viene a salvarla. Tutti gli altri volumi, senza particolari guizzi iniziali, continuarono a vendere come buoni *long seller*: obiettivo che l'editore si proponeva nell'avviare la collana.

In sei anni di attività gestita dal suo fondatore, la Casa editrice Liber internazionale ha pubblicato 56 libri, chiudendo i relativi bilanci sempre vicino al pareggio. Per poter sopravvivere, però, la Liber ha dovuto contenere al minimo i costi. Così il fondatore si occupava, in prima persona, della direzione editoriale, di quella tecnica e anche di quella commerciale. Vale a dire: sceglieva i testi e gli autori, chiudeva i contratti, faceva l'editing dei volumi e si occupava della supervisione grafica di libro e copertina, preparava le schede per la rete di vendita, faceva personalmente la presentazione ai promotori in libreria e teneva i rapporti con tipografia e distributori. Nonostante tutto, sopravvivere, a meno di un “grande colpo”, di un best seller - che tutti i piccoli editori sognano, ma che ha remotissime possibilità di verificarsi - è difficilissimo. Perché? Perché il sistema di vendita soffoca chiunque non sia in posizione di forza e possa permettersi propri strumenti di promozione e controllo della presenza in libreria. Tutto questo richiede enormi sforzi finanziari e le piccole case editrici che ci hanno provato si sono ritrovate, poco tempo dopo, in gravi difficoltà economiche.

A un piccolo editore la distribuzione in libreria arriva a costare il 60-62% (libreria, sovrascosto d'ordinanza alla libreria, promotori in libreria, distributore, pratica della tredicesima copia in omaggio ogni 12 vendute, ormai divenuta settima copia). E non

ci sono alternative se si vuole essere presenti nei luoghi tradizionalmente deputati, almeno in Italia, alla vendita dei libri, le librerie. Per la grande distribuzione, le edicole delle stazioni, gli autogrill o altri luoghi di vendita alternativi le difficoltà sono addirittura maggiori: semplicemente il piccolo editore non è ammesso, se non a percentuali da strozzinaggio.

Una corretta percentuale all'autore, poi, può essere del 7-10% e siamo, quindi, a circa il 70%. Il 30% del prezzo di copertina, quindi, è quanto resta all'editore che si assume tutto il rischio imprenditoriale (il distributore e la libreria hanno infatti il diritto di resa in qualsiasi momento). Se nessun calcolo fosse sbagliato, il costo della tipografia dovrebbe aggirarsi attorno al 12-14%. Tenendo poi conto di tasse e costi vari, a un editore oculatissimo resterebbe non più del 15%. Sbagliare la tiratura, però, è il minimo che possa accadere a un piccolo editore che riesce ad avere i dati sul reale venduto spesso non prima di sei mesi dalla distribuzione dei volumi (non potendosi permettere degli ispettori monomandatari in libreria). Inoltre, gli incassi avvengono a molti mesi di distanza dall'esborso per i costi di produzione. Quindi, questo 15% deve comprendere anche gli oneri finanziari. Appare evidente a chiunque che sopravvivere e svilupparsi sul mercato del libro per una piccola casa editrice è impresa che dovrebbe far meritare il paradiso. Il passaggio successivo, inoltre, vale a dire quello di fare il grande salto e diventare un medio editore, passa attraverso un altro viale lastricato di costi proibitivi: societari, di magazzino, pubblicitari, ecc.

La Liber è sempre stata distribuita da Midi Libri, la terza realtà di distribuzione del libro in Italia negli anni Novanta, con sede a Milano, ma che, affacciandosi al nuovo millennio, ha conosciuto anch'essa qualche problema. Quanto alla promozione in libreria, invece, era passata da una piccola realtà fiorentina (che poi si estinse con il suo proprietario) alla Eurolibri, l'agenzia di promozione della Rusconi. La presenza in libreria, sempre stentata, sempre in salita (le risposte erano sempre scuse, alibi, concomitanze negative) non è certamente migliorata con il cambiamento. Anzi, è forse peggiorata: le piccole realtà cercano di valorizzare le loro "piccole" cose; le grandi realtà, invece, accolgono nuovi venuti soprattutto per fare massa.

Per il suo fondatore, la creazione, l'accudimento e la stessa decisione di vendita della Liber sono stati un'esperienza altamente formativa: dal punto di vista imprenditoriale, culturale ma anche umano. Senza quel passaggio, senza varcare quella linea di luce e d'ombra, certamente avrebbe avuto una visione meno nitida del mondo del libro. La Liber è stata venduta nel 1998 a un editore di testi universitari che intendeva acquisire più marchi per farne una casa editrice di medie dimensioni. Crediamo, però, che questo progetto non sia ancora decollato¹.

PIER LUIGI VERCESI

¹ Pier Luigi Vercesi oggi è condirettore di «IlNuovo», il primo giornale italiano nato in Internet. Negli anni in cui fondò e condusse la Casa editrice Liber internazionale era giornalista de «La Stampa», prima ai servizi Esteri, poi alle Cronache italiane e, quindi, alla Cultura. In seguito è stato tra i fondatori e condirettore di «Specchio della Stampa».

