

TANTI CAMBI, MA IL LIBRO È UNA BUSSOLA

Verso Francoforte. Il Gruppo Gems compie 20 anni e il suo presidente, editore di lungo corso, traccia un bilancio sulle tendenze del settore nel periodo

di **Stefano Mauri**

Venti anni fa sembrava a molti che il libro, o comunque il mercato del libro, fosse destinato a soccombere. Ogni nuova tecnologia, ogni abitudine di consumo, veniva salutata come l'inizio della sua fine. Bill Gates nel 2000 ne aveva addirittura pronosticato l'estinzione entro il 2020. Jeff Bezos, invece, mi disse che non credeva nell'ebook: il primo, pubblicato a puntate, avrebbe avuto successo anche se fosse stato scritto su una buccia di banana, perché era di Stephen King.

In un primo momento a sfidare i librai furono le collane allegate ai giornali, che inondarono le case italiane di volumi a basso prezzo. Poi arrivarono gli smartphone, l'e-commerce e l'ebook. Ricordo perfettamente una sera in cui dovevo presentare un libro insieme a giornalisti che, sapendomi editore di libri, erano quasi sul punto di farmi le condoglianze. Li rassicurai. Poi fu la volta delle piattaforme di streaming, che promettevano di occupare tutto il tempo libero delle persone. E invece, oggi, ecco che gli audiolibri rubano tempo alla musica e ai film.

In questi vent'anni abbiamo imparato a ordinare la spesa da casa, a guardare una serie quando e dove vogliamo, a vivere immersi nei social. E tuttavia, in questa tempesta di cambiamenti, il libro non solo ha resistito, ma si è tenuto stretto il suo posto. E passare da una libreria è rimasto un piacere. Un oggetto immutabile quasi da seicento anni: lo si apre, lo si legge, lo si vive. Perfetto come il cucchiaino. Chi li legge vive mille vite, diceva Umberto Eco.

Un aiuto importante arrivò

prima della pandemia con la 18App, copiata poi da molti Paesi europei: migliaia di giovani che forse non avrebbero varcato la soglia di una libreria scoprirono il piacere di scegliere, acquistare, leggere. Poi, nel 2020, quando il mondo si fermò, il libro è tornato a essere una bussola. Chiusi in casa, gli italiani hanno rivisto le proprie priorità. Hanno capito che leggere non è tempo sottratto alla vita, ma tempo guadagnato. La lettura ha dato senso alle ore lente, a un quotidiano improvvisamente angusto. La pandemia, forzandoci all'alfabetizzazione digitale, ha cambiato il modo di parlare di libri. Sui social, soprattutto tra i giovani, molti libri sono diventati strumento di discussione, di identità, di comunità. Un romanzo poteva scatenare migliaia di commenti, recensioni spontanee, condivisioni. I libri sono entrati nei feed di Instagram e nei video di TikTok. La rete ha trasformato lettori isolati in comunità vive e rumorose, dove leggere è anche un gesto di appartenenza. Tra l'altro, c'è la ferma convinzione tra i boomer colti che i giovani non leggano.

Al contrario: leggono più di loro. L'editoria ha saputo trovare la sua strada. Ha accettato la sfida del digitale senza credere che lo schermo avrebbe cancellato la carta. Ha visto nascere e crescere gli audiolibri, ha incrociato i social e i podcast, ha dialogato con il cinema e le serie tv, che oggi hanno sete di storie come mai prima.

Gli editori sono piccoli imprenditori se si guarda ai numeri, ma curiosi e internazionalmente connessi da secoli. Non sottovalutateci. Le nostre case editrici, ad esempio, dialogano e scambiano diritti, opere e idee con editori di 130 Paesi almeno. Ricordo quando le OTT volevano farci credere che fosse normale accettare clausole irricevibili, come se

fossimo selvaggi su un'isola deserta. Il mondo si globalizza, si allarga nel cyberspazio, viaggia alla velocità della luce, e noi, pur usando tutte le tecnologie, continuiamo a fare le valigie per incontrarci di persona. Perché siamo fatti di carne, ossa e libri. La Fiera di Francoforte, ogni anno, è il nostro mar dei Sargassi: ci ostiniamo a incontrarci e scambiarci idee lì anche se apparentemente potremmo farlo da casa nostra. C'è una comunità internazionale che si riconosce in quella stessa forma, dal Giappone agli Stati Uniti, da Milano a Stoccolma. Il libro non è un relitto sopravvissuto a fatica: è un oggetto antico che continua a interpretare la modernità e a generare futuro. Dentro c'è il lavoro paziente di uno scrittore, di ieri, di oggi, di domani, c'è l'occhio vigile di un editore, c'è una libertà che altri mezzi non conoscono, c'è la cura della verità e l'invenzione della fantasia. I libri sono i migliori amici delle democrazie e il primo bersaglio degli integralisti. In un mondo di fake news, allucinazioni digitali e mestieranti improvvisati la professionalità e il nome di autori e editori continueranno ad avere peso. Un lettore investe tempo, non solo denaro, per leggere un libro, e vuole garanzie. Questa è responsabilità nostra e dei librai.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



IL NUOVO LOGO

Gruppo editoriale **Mauri Spagnol**



Venti anni fa nasceva a Milano il Gruppo editoriale Mauri Spagnol (GeMS), affermatosi come una delle principali realtà editoriali italiane. Il Gruppo comprende case editrici di lunga tradizione, accanto a sigle nate più di recente: Ape Junior, Astoria, Bollati Boringhieri, Chiarelettere, Corbaccio, Duomo Ediciones, Garzanti, Guanda, La Coccinella, Limina, Longanesi, Magazzini Salani, **Newton** **Compton**, Nord, Nord-Sud Edizioni, Ponte alle Grazie, Salani, Superpocket, TEA, Tre60, Vallardi, 11 case editrici e 21 marchi editoriali. Per i 20 anni è nato un nuovo logo che verrà presentato a Francoforte, con l'Arco della Pace di Milano, immagine di radici solide e apertura al futuro e alla speranza.



Ceroli Totale, Mario Ceroli, «Le chiacchiere», 1989, Roma, GNAMC, fino all'11 gennaio 2026