



I SEMINARIO HISPANO-ITALIANO EN BIBLIOTECONOMÍA Y DOCUMENTACIÓN: ESTADO ACTUAL Y PERSPECTIVAS DE FUTURO

José Luis Gonzalo Sánchez-Molero
Mercedes Caridad Sebastián
(Editores)

I

SEMINARIO HISPANO-ITALIANO

EN

BIBLIOTECONOMÍA Y DOCUMENTACIÓN

ESTADO ACTUAL Y PERSPECTIVAS DE FUTURO

(29-30 DE OCTUBRE DE 2020)

José Luis Gonzalo Sánchez-Molero
Mercedes Caridad Sebastián
(Editores)



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID



Universidad
Carlos III de Madrid

© De los textos: los autores

© De las imágenes: los autores

Maqueta: María Olivera Zaldua

Diseño de cubierta: Benito Rial Costas

Edita: Facultad de Ciencias de la Documentación UCM

Imprime: Solana e hijos. Artes gráficas

ISBN: 978-84-09-34939-5

Depósito Legal: M-30745-2021

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra (www.conlicencia.com; 917021970/932720447)

Índice / Indice

Introducción.....	5
José Luis Gonzalo Sánchez-Molero / Mercedes Caridad Sebastián	
De la Bibliografía a las Ciencias de la Documentación: la evolución de sus estudios en la Universidad Complutense de Madrid (1856-1990).....	9
José Luis Gonzalo Sánchez-Molero	
L'insegnamento della biblioteconomia in Italia.....	53
Mauro Guerrini / Vittorio Ponzani	
La presencia de las revistas científicas de Documentación en los criterios de evaluación de investigadores españoles.....	63
Mercedes Caridad Sebastián / Daniel Martínez Ávila	
Le riviste di biblioteconomia in Italia: una panoramica.....	79
Giovanni Solimine / Alberto Salarelli	
El avance sigiloso de las revistas de comunicación frente a las de documentación: causas y consecuencias.....	97
Juan Carlos Marcos Recio	
La produzione editoriale e la distribuzione di monografie di biblioteconomia in Italia (2015-2019).....	117
Andrea Capaccioni / Paola Castellucci / Elena Ranfa	
Ledizioni-LediPublishing: una casa editrice al servizio dell'università..	135
Nicola Cavalli	
Reflexiones sobre al asociacionismo en Biblioteconomía y Documentación en España.....	143
Antonio Carpallo Bautista / Sara Martínez Cardama	

La Società italiana di scienze bibliografiche e biblioteconomiche (SISBB). Esperienze e prospettive.....	163
Rosa Marisa Borraccini / Giovanni Di Domenico	
Una società scientifica internazionale per l'organizzazione della conoscenza: International Society for Knowledge Organization (ISKO).....	175
Maria Teresa Biagetti	
SHARP. Una comunità di studiosi attraverso il mondo.....	185
Loretta De Franceschi	
La Asociación Española de Bibliografía: pasado, presente y futuro de la bibliografía en España.....	195
Yolanda Clemente San Román	
Interpretare il cambiamento: due progetti del Dipartimento di Studi storici dell'Università di Torino	211
Maurizio Vivarelli	
Biblioteche e biblioteconomia: la pericolosa polisemia della parola “sociale”.....	219
Chiara Faggiolani	
La Biblioteconomía Social: teoría y práctica de una nueva concepción de la biblioteconomía contemporánea.....	237
Margarita Pérez Pulido	
La biblioteca en el espacio ciudadano. Reflexiones a partir de la investigación española sobre el usuario de la información, 2005-2019.....	251
Aurora González-Teruel	
Le biblioteche durante la pandemia: linee di tendenza e motivi di riflessione oltre l'emergenza.....	269
Sara Dinotola	

La produzione editoriale e la distribuzione di monografie di biblioteconomia in Italia (2015-2019)

La producción editorial y la distribución de monografías de biblioteconomía en Italia (2015-2019)

ANDREA CAPACCIONI
(Università degli Studi di Perugia)

PAOLA CASTELLUCCI
(Sapienza Università di Roma)

ELENA RANFA
(Università degli Studi di Verona)

Abstract

Il saggio presenta una prima analisi della produzione e della distribuzione delle monografie italiane di ambito LIS negli ultimi anni. Un argomento su cui ad oggi è difficile trovare studi specifici. L'arco cronologico dell'indagine è limitato al quinquennio 2015-2019, periodo oggetto (periodo oggetto anche della Valutazione in corso a livello nazionale da parte dell'Agenzia ANVUR (VQR- Valutazione Qualità Ricerca 2015-2019), e ha lo scopo di fornire alcune indicazioni sulle tendenze più recenti riscontrate in questo ambito editoriale. Alla presentazione dei criteri adottati per la raccolta delle informazioni, esposti nella prima parte del contributo con particolare riferimento alla scelta delle fonti, fa seguito la presentazione dei dati, con l'ausilio di grafici, e una panoramica della produzione editoriale italiana di ambito LIS. I paragrafi successivi contengono la proposta di una chiave di lettura dei dati esposti con l'obiettivo di evidenziare una varietà di aspetti e una serie di relazioni più articolate. Infine, vengono proposte alcune considerazioni sul processo distributivo. In questa parte si esaminano in particolare le scelte relative alla promozione e alla distribuzione degli editori italiani (con riferimento al triennio 2018-2020) che pubblicano monografie di ambito LIS.

Introduzione

Il presente contributo intende proporre una prima analisi della produzione editoriale e della distribuzione di monografie di biblioteconomia pubblicate in Italia negli ultimi anni¹. Un argomento sul quale ad oggi si fa fatica a rintracciare ricerche specifiche². L'arco cronologico dell'indagine è circoscritto

1. Il saggio è stato elaborato insieme dai tre autori; vanno ascritti ad Andrea Capaccioni i paragrafi 1 e 2, a Paola Castellucci i paragrafi 3 e 4 e a Elena Ranfa i paragrafi 5 e 6.

2. Da segnalare per esempio, opera di riferimento per gli studi sull'editoria come *Il libro*

al quinquennio 2015-2019, coincidente anche con il periodo oggetto della procedura di valutazione in corso a livello nazionale da parte dell’Agenzia ANVUR (VQR- Valutazione Qualità Ricerca 2015-2019). Tale decisione è stata dunque presa con lo scopo di fornire alcune indicazioni sulle tendenze più recenti che si riscontrano in questo ambito editoriale.

Nella prima parte del saggio sono esposti i criteri adottati per la raccolta delle informazioni, con un particolare riferimento alla scelta delle fonti, successivamente vengono illustrati, con l’ausilio di grafici, i dati e la presentazione di un quadro di insieme della produzione editoriale italiana in biblioteconomia.

I paragrafi che seguono vogliono fornire una nuova chiave di lettura dei dati esposti facendo emergere una varietà di aspetti e mettendo in luce una serie più articolata di relazioni. Infine sono proposte alcune considerazioni sul processo distributivo. In questa parte vengono esaminate le scelte relative alla promozione e alla distribuzione degli editori che in Italia pubblicano monografie di ambito biblioteconomico.

I risultati dell’indagine. Una prima analisi

Per poter sviluppare delle considerazioni attendibili sulla recente produzione e distribuzione in Italia di monografie in ambito biblioteconomico è necessario individuare delle fonti autorevoli, raggiungibili per altro in modo agevole tenuto conto del periodo di emergenza sanitaria in cui è stato elaborato il presente lavoro.

La scelta è caduta sulla rubrica di segnalazioni editoriali *Letteratura professionale italiana* (LPI), pubblicata da *AIB Studi*, già *Bollettino AIB*, una rivista quadrimestrale pubblicata dall’Associazione italiana biblioteche³.

La rivista è peer-reviewed e open access ed è “orientata verso la ricerca biblioteconomica e l’analisi dei fatti ed è rivolta a far crescere la riflessione teorica, la sperimentazione metodologica e le pratiche professionali nell’ambito dei servizi bibliotecari, documentali e di informazione”⁴.

AIB Studi è inserita nell’elenco delle riviste di fascia A dell’ANVUR, è indicizzata in Scopus e in ESCI (Emerging Sources Citation Index di Web of science) e partecipa a DOAJ (Directory of Open Access Journals). La rubrica *Letteratura professionale italiana* (LPI), attualmente coordinata da Vittorio

contemporaneo di Giuseppe Vitiello (Vitiello, 2009) non presenta approfondimenti sulla produzione editoriale italiana di monografie di argomento biblioteconomico.

3. Tra le altre fonti autorevoli che possono essere utilizzate per futuri approfondimenti segnaliamo l’*Almanacco bibliografico*, curato dal Centro di ricerca Europeo libro, editoria, biblioteca (CRELEB) dell’Università Cattolica del S. Cuore di Milano, un bollettino trimestrale di informazione sulla storia del libro e delle biblioteche in Italia pubblicato dal novembre del 2006, <<https://centridiricerca.unicatt.it/creleb-centro-di-ricerca-europeo-libro-editoria-biblioteca-creleb-almanacco-bibliografico>>.

4. Cfr. *AIB studi*, <<https://aibstudi.aib.it/>>.

Ponzani, è apparsa per la prima volta nel 1975 ed è stata curata negli anni da alcuni importanti bibliotecari e studiosi, tra questi citiamo Vilma Alberani e Alberto Petrucciani. L'intento di questa sezione della rivista è di segnalare e indicizzare le pubblicazioni italiane, ma anche le opere di autori italiani in altre lingue e quelle tradotte di stranieri, di biblioteconomia, bibliografia, documentazione.

Tra le principali riviste spogliate ci sono *Accademie e biblioteche d'Italia*, *AIDA informazioni*, *La bibliofilia*, *Biblioteche oggi*, *AIB Studi*, *Jlis.it*, *Giornale della libreria*, *Nuovi annali della Scuola speciale per archivisti e bibliotecari* (Ponzani, 2003; Visintin, 1995).

LPI fornisce informazioni anche su altri prodotti editoriali come i contributi compresi nelle opere collettive e negli atti di convegni e le recensioni. L'ordinamento delle notizie si basa su uno schema di classificazione elaborato dalla stessa rivista ed è stato modificato nel tempo.

Al termine di ogni annata è presente un indice alfabetico per autori. Per questo studio sono state esaminate le rubriche della LPI pubblicate in *AIB Studi* dal n. 1 del 2015 al n. 3 del 2019, per un totale di 14 fascicoli⁵. Tra le pubblicazioni prese in considerazione ci sono le monografie, e i saggi con più autori, di ambito biblioteconomico (inteso in senso ampio, come sopra specificato) e in formato cartaceo (anche se alcune opere non si può escludere la presenza di una doppia versione cartacea ed elettronica).

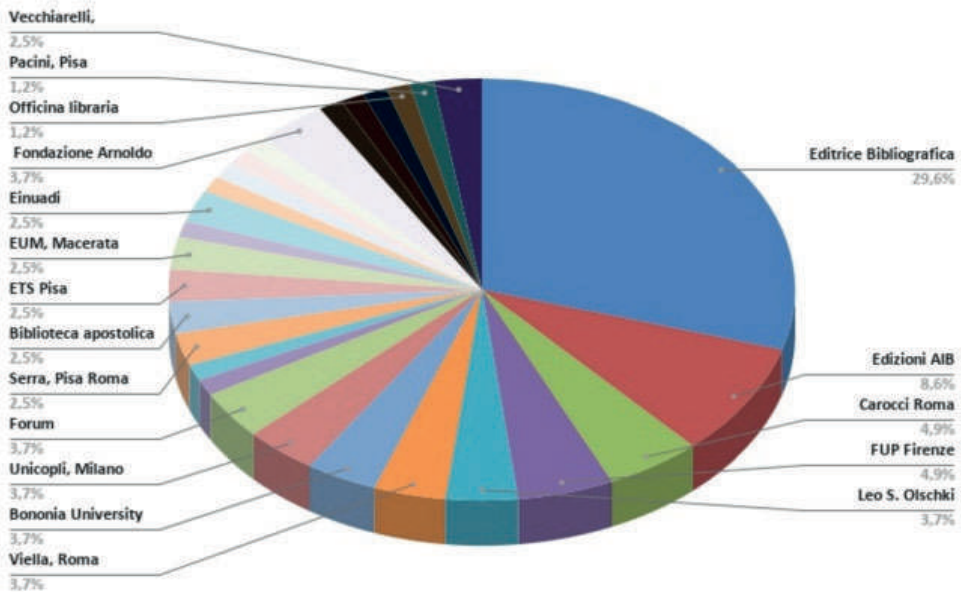
Sulla base di tali criteri di selezione è emerso che 69 editori italiani hanno pubblicato almeno un'opera di biblioteconomia nel quinquennio preso in esame.

A seguito di questo risultato si è pensato di introdurre un nuovo criterio finalizzato ad accertare una sia pur minima continuità della produzione editoriale. Il numero degli editori che hanno pubblicato almeno due opere di ambito biblioteconomico tra il 2015 e il 2019 è così diminuito a 33. Proviamo ora, con l'ausilio dei grafici, ad analizzare i dati.

La casa editrice milanese, istituita nel 1974, ha fin da subito orientato le proprie attività verso gli "operatori del settore editoriale, della comunicazione e della ricerca, con una particolare attenzione per il mondo delle biblioteche" (<https://www.editricebibliografica.it/>). Con la pubblicazione della rivista *Biblioteche oggi* (1983) e l'annuale organizzazione, a partire dal 1995, del Convegno delle Stelline (Milano) l'Editrice Bibliografica si è affermata come punto di riferimento per tutti coloro che si occupano delle biblioteche, sia che provengano dal mondo della professione che da quello accademico. Di rilievo anche l'attività editoriale dell'Associazione italiana biblioteche, la più importante organizzazione professionale italiana del settore delle biblioteche fondata nel 1930.

5. Un particolare ringraziamento va a Vittorio Ponzani per le informazioni e i consigli forniti.

Grafico 1. Editori presenti in LPI che hanno pubblicato più opere di ambito biblioteconomico nel quinquennio 2015-2019. Prendendo come riferimento il grafico

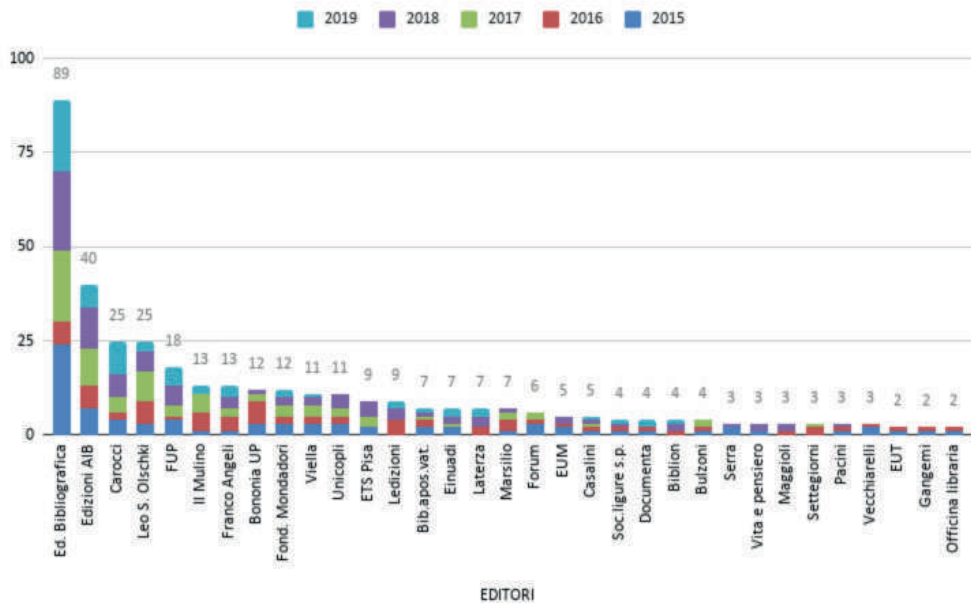


L’AIB pubblica in formato cartaceo e digitale “linee guida, manuali, studi nel campo della biblioteconomia e delle scienze dell’informazione, frutto dell’attività scientifica e dell’impegno nella pubblicazione dei principali strumenti per il lavoro in biblioteca” (<https://www.aib.it/pubblicazioni/libri/>).

Con percentuali inferiori troviamo coinvolte le altre case editrici presenti nella selezione che pur essendo di rilevanza nazionale non sono specializzate in campo biblioteconomico ma presentano delle collane o semplicemente ospitano singoli volumi riconducibili al settore.

Tra queste spiccano in particolare Carocci editore (Roma, <http://www.carocci.it/>), la Casa Editrice Leo S. Olschki (Firenze, <https://www.olschki.it/>), Firenze University Press dell’Università degli Studi di Firenze (<https://fupress.com/>), Franco Angeli (Milano, <https://www.francoangeli.it/>), il Mulino (Bologna, <https://www.mulino.it/>), Bononia University Press dell’Università degli studi di Bologna (<https://buponline.com/>), la Fondazione Mondadori (Milano, <https://www.fondazionemondadori.it/>), Viella (Roma, <https://www.viella.it/>), Unicopli (Milano, <http://edizioniunicopli.it/>).

Grafico 2. La produzione degli editori presenti in LPI (2015-2019)

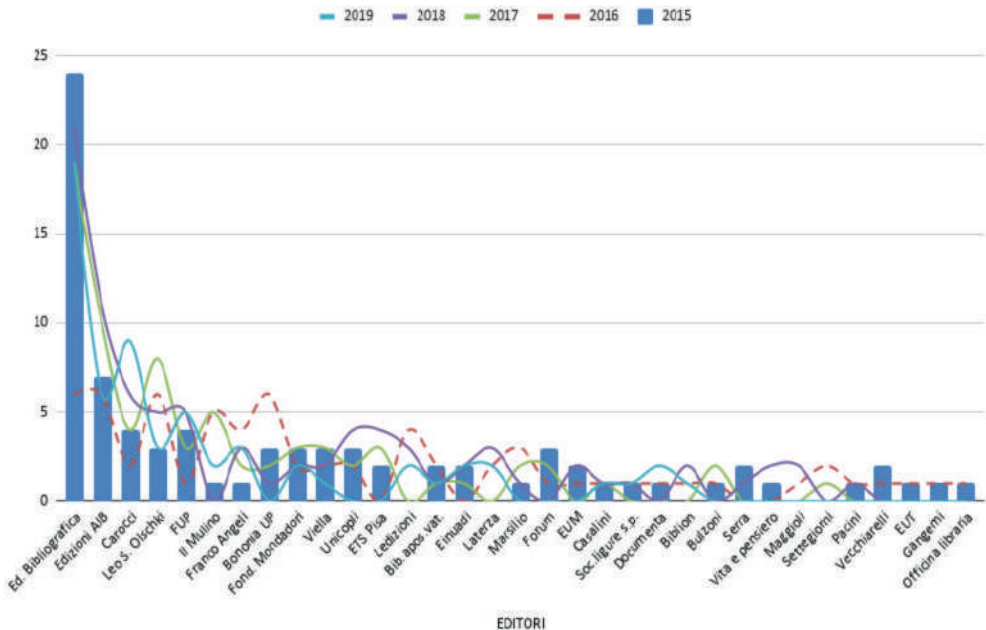


Il predominio dei due editori specializzati, ai quali si deve attribuire quasi il 35% dei saggi pubblicati nel quinquennio, risulta evidente anche dalla media di pubblicazioni per anno: circa 18 per l'Editrice Bibliografica e 8 per l'AIB (si veda il grafico 2). Per le altre case editrici i numeri sono ben diversi: si va da una media di 5 libri annuali per Olschki e Carocci, ai poco più di 3 della FUP, il Mulino e Franco Angeli pubblicano meno di 3 volumi, per giungere agli editori, che costituiscono la metà del gruppo, che propongono meno di una pubblicazione per anno fino ad arrivare a due libri pubblicati nel quinquennio. Una rapida osservazione sul ruolo delle university press. Nella nostra selezione sono presenti quattro editori che appartengono a questa tipologia: Firenze University Press dell'Università degli Studi di Firenze, Bononia University press dell'Università degli studi di Bologna, EUM-Edizioni Università di Macerata dell'Università degli studi di Macerata (<http://eum.unimc.it/it/>) ed EUT-Edizioni Università di Trieste dell'Università degli studi di Trieste (<https://www.eut.units.it/>). FUP e Bononia UP si collocano tra i dieci editori più attivi, EUM presenta una produzione editoriale più contenuta ma continuativa, EUT si colloca tra gli editori con il minimo (due) delle pubblicazioni per anno. Infine, osservando l'andamento delle pubblicazioni nel corso del quinquennio (grafico 3) si può notare un andamento che potremmo definire atipico, le cui cause possono essere di varia natura, per il 2016.

In quell'anno, rappresentato da una linea tratteggiata, all'interno del ristretto raggruppamento degli editori più attivi si è infatti verificato una sorta

di livellamento (verso il basso) della produzione di pubblicazioni di opere di ambito biblioteconomico.

Grafico 3. Andamento annuale della produzione degli editori (in riferimento al 2015).



La fetta grande/la coda lunga

L'elemento che immediatamente colpisce considerando i dati relativi alla distribuzione editoriale in Italia delle nostre discipline è la concentrazione nettamente maggioritaria nel catalogo di un solo editore, Editrice Bibliografica, Milano. Da solo, l'editore copre infatti un terzo del settore e unito a pochi altri – meno di una mezza dozzina – rappresenta il 50% della produzione totale. Questi i dati, oggettivi. Ma se osserviamo le rappresentazioni grafiche del fenomeno, appaiono aspetti che altrimenti rischiano di rimanere nascosti. D'altra parte, proprio per questo servono i grafici: per mostrare piuttosto che per spiegare, per rivelare con un colpo d'occhio uno scenario, per spingere a ulteriori proiezioni, immaginazioni, rappresentazioni.

Quel che pertanto appare – dal punto di vista quantitativo e statistico – come un incontrovertibile segno positivo, rivela a un secondo approccio una pluralità di aspetti, una complessità di relazioni. Consideriamo ad esempio come viene rappresentata la distribuzione editoriale nel nostro settore mediante grafici a “torta”: la fetta grande è di un solo editore, e più della metà della torta appartiene a meno di mezza dozzina. Lo sapevamo già. Ma il fatto di conoscere i dati non ci aveva fatto ragionare, appunto, in termini di distribuzione: la torta va a uno,

a pochi, a pochissimi; agli altri restano le briciole. D'altra parte, invertendo nuovamente la prospettiva, la grande fetta di torta non è stata sottratta, rubata, ma piuttosto, preparata con cura, fatta lievitare, infornata, e ha confermato una tradizione, apprezzata negli anni, e con alto livello di fidelizzazione, sia da parte degli autori, che dei lettori, che della presenza in biblioteca. La fetta grande della torta rappresenta il nostro cibo e dunque, antropologicamente, la nostra identità. Di conseguenza, il resto può essere inteso come "i resti"? Cibo residuale o scartato, o comunque briciole che non tolgono la fame? Oppure possiamo considerare la produzione degli altri editori come linea minoritaria nella catena di produzione alimentare? Sono forse prodotti di lusso? Cibo per chi ha intolleranze alimentari? Prodotti artigianali? O cibo che resta invenduto sugli scaffali? Nessuna risposta soddisferebbe tutti gli interrogativi. Se cambiamo approccio e guardiamo con occhi filosofici piuttosto che antropologici, il fenomeno ci rivela infatti altre sfumature: la fetta grande della torta esprime il "canone" degli studi di settore, il pensiero "forte" ma che non riesce (e non deve) prevaricare il "pensiero debole".

È bene precisare che la contrapposizione tra forte/debole si riferisce ad aspetti quantitativi, e non certo qualitativi, ossia alla prevalenza, in termini statistici, di alcune linee di ricerca. Ma proprio ricordandoci quanto ci ha insegnato il concetto postmoderno, il "pensiero debole", sappiamo bene quanto le linee di indagine che si rivolgono altrove piuttosto che alla direzione *main stream* costituiscano di per sé una ricchezza che va ben oltre il computo quantitativo. Il "pensiero debole" si addentra, non visto, in zone della conoscenza meno conosciute, affronta rischi, apre nuove piste.

L'offerta editoriale nelle discipline del libro e del documento si intreccia dunque immediatamente con la domanda. Non solo: la dinamica domanda/offerta va contestualizzata in una più ampia area di relazioni. Dobbiamo infatti porci il problema di cosa rappresenti la grande fetta di torta rispetto all'intera offerta di nutrimenti culturali. Forse non è il cibo quotidiano, e nemmeno il piatto forte. E potrebbe mai esserlo? E siamo in grado noi, in quanto comunità di produttori, di offrire più cibo, sollecitando, creando, ulteriore domanda? Per avanzare qualche spunto di riflessione ci conviene forse cambiare "quadro" e osservare un'altra rappresentazione del fenomeno. I dati possono essere infatti disposti in un diagramma cartesiano tradizionale e osservati secondo un andamento insieme diacronico e sincronico, nello spazio e nel tempo. Noteremo allora che sull'asse verticale Editrice Bibliografica segna l'apice, il "capo". La curva scende e segna un "corpo" (rappresentato dalla mezza dozzina di editori intermedi). Poi, per circa tre quarti dell'ascissa, si dispone una "coda lunga". La coda lunga occupa la scena, attira la nostra attenzione.

In questa rappresentazione dei dati, gli editori che nell'arco di 5 anni pubblicano un solo volume inerente le tematiche del nostro ambito disciplinare

non offrono “briciole”; si tratta semmai del fenomeno quantitativamente e statisticamente più rilevante. Le aggettivazioni fin qui attribuite cambiano pertanto di segno e – utilizzando punti di osservazione e approcci critici differenti – possiamo arrivare a identificare aspetti positivi in entrambi i casi: se la fetta è grande, la coda è lunga.

Non solo: se la fetta grande è rappresentabile come un cuneo (ma è un pungolo, o solo una nicchia di settore?); la coda si allunga nello spazio (forse troppo? Al punto da non essere vista e calpestata?). Gli aggettivi sono ambivalenti, e dunque, entrambi interpretabili sia secondo un’accezione positiva, sia negativa. Non dobbiamo sentirci disorientati. Semmai la complessità degli eventi trova un’opportuna lettura polisemica. Ad esempio, proprio il fatto che la distribuzione editoriale nel nostro settore si configuri appunto come rappresentabile in una coda lunga, ne conferma l’appartenenza alla cultura della contemporaneità. La definizione stessa di coda lunga è stata infatti utilizzata in contesti vari per descrivere fenomeni contigui alla nostra area e che hanno fortemente modificato l’idea stessa della comunicazione e del mercato.

La definizione data da Chris Anderson nel 2004 viene immediatamente recepita in riferimento a fenomeni di distribuzione in Rete, secondo le più diverse modalità: vendita, donazioni, o accesso aperto (Battelle, 2006). Pensiamo ad esempio al *crowdfunding*, studiato ad esempio, da Giovanni di Domenico in riferimento ai nostri temi di indagine.

O ancora, il sistema di IKEA (prezzi bassi, ma venduti in tutto il mondo, costantemente, da decenni, e anche online). Un modello economico totalmente in antitesi con il mercato di fine Novecento: piuttosto che far pagare cifre elevate per un long playing, a relativamente poche persone, vengono messi in vendita online i singoli brani musicali, a pochi centesimi, ma su scala globale. L’attenzione va dunque più sulla distribuzione capillare, reticolare, appunto. La struttura della Rete, e la cultura della Rete, hanno modificato prospettive e priorità.

Frammentazione/dissemiazione

Se ci riferiamo alla coda lunga, pertanto, indirettamente ci riferiamo alla Rete, e dunque a fenomeni che di per sé possono essere visti come “interpretativi” del nostro ambito. Giovanni Solimine – proprio in questo Seminario – si è riferito a una “biblioteconomia interpretativa”, ossia capace di fotografare e interpretare fenomeni culturali della contemporaneità. In tal senso va inteso anche il presente riferimento alla coda lunga: utilizziamo i dati relativi alla nostra produzione editoriale anche per capire fenomeni di contesto, relazioni profonde con la contemporaneità, rinegoziazione dei diritti e dei valori. D’altra parte, le discipline del libro e del documento hanno sempre svolto il proprio ruolo ermeneutico non solo rispetto agli specifici contenuti disciplinari, ma anche in

funzione di raccordo transdisciplinare, e ancora, come strumento introspettivo, metadisciplinare, utilizzabile anche da altre discipline.

Proprio così è avvenuto con la bibliometria, strumento interpretativo sviluppato proprio nel nostro settore ed “esportato” in altri ambiti (e, magari, successivamente fatto proprio) in maniera così capillare e rilevante da finire per interpretare le caratteristiche di un’intera epoca, votata a TQM e alla cultura della valutazione⁶. Riferiamoci allora ai nostri padri fondatori, e in particolare a Samuel Bradford. È passato ormai quasi un secolo da che sono state individuate delle costanti, delle “leggi di natura” anche nei fenomeni culturali e, nello specifico, nella distribuzione editoriale. Come è noto, la Legge di Bradford afferma che in una collezione bibliotecaria, il solo 30% è in grado di soddisfare le richieste della quasi totalità degli utenti (Bisogno, 1980). Considerando allora la produzione editoriale nazionale come una grande biblioteca, l’Editrice Bibliografica, proprio con il suo 30% di copertura disciplinare, coprirebbe la quasi totalità degli interessi.

Ma, capovolgendo diametralmente la prospettiva, il 70% restante (in definitiva la stragrande maggioranza) cosa esprime? Il 70% potrebbe essere visto come un delittuoso, stupefacente, scarto. In base a questa prospettiva, il 70% apparirebbe come merce scartata, o comunque risulterebbe improduttivo, come foglie esterne di un carciofo. Da un’altra prospettiva potremmo invece immaginare il 70% come la vastità inesplorata: i libri presi poco in prestito, o perfino mai; magari i libri che hanno le pagine ancora intonse. Ma cosa custodiscono? Sono forse “Sleeping Beauty” (riprendendo proprio una definizione coniata dalla recente bibliometria) che un domani verranno risvegliate dalla fortuna critica? Oppure – utilizzando ancora il vocabolario della pratica della valutazione – il 70% rappresenta elementi “alternativi” (*alt-*, come *altmetrics*) e potenzialmente rivoluzionari? Se il lessico settoriale della valutazione esprime questi concetti e cerca in un altrove non statistico il valore, già 70 anni fa Suzanne Briet individuava proprio nella faccia nascosta della luna, nel 70% apparentemente non considerato dalla Legge di Bradford, una possibile, e talvolta serendipitosa, scoperta.

Briet – come è caratteristico della sua scrittura – utilizza molte immagini, potenti, efficaci: il 70%, polverizzato, granulare, viene visto come *fertilizzante* che va a rendere rigogliosi i campi (disciplinari), antichi e nuovi, i latifondi, come i piccoli terrazzamenti (Castellucci, 2009 e 2019; Roncaglia, 2020). Il 70% – aggiunge Briet – è il territorio inesplorato che dischiuderà tesori e inviterà a nuove scoperte; il 70% è la frontiera infinita che si apre a chi intraprende una ricerca. E la ricerca – lo ribadisce in più punti di *Che cos’è la documentazione?* – per sua natura non può che essere interdisciplinare, e dunque deve espatriare e

6. Molti studiosi dell’area si sono occupati in Italia di bibliometria e cultura della valutazione: ad esempio, Maria Teresa Biagetti, Chiara Faggiolani, Simona Turbanti.

apprendere nuove lingue e nuove “tecniche culturali”, vale a dire, nuove culture (Castellucci, Mori, 2021)⁷.

Questi sono i nostri padri, e le nostre madri. Prendiamo allora coscienza della nostra identità, valorizziamo il nostro DNA misto (e come tale forte).

Se per gli italiani l’ambito delle discipline del libro e del documento si iscrive all’interno delle discipline storiche; e se per i colleghi spagnoli il contesto di riferimento è invece rappresentato dalla sociologia e dalle scienze della comunicazione, apriamo allora i nostri studi alle nuove frontiere, come alla tutela della tradizione. Creiamo nuovi ponti, o rafforziamo quelli esistenti, per collegarci ad altri campi (letteratura e filosofia, informatica, filologia, arte...). La prospettiva deve necessariamente essere ampia e comparativa: una *biblioteconomia mediterranea*, come è stato proposto proprio in questo Primo Seminario ispano-italiano.

La frammentazione specialistica può armonizzarsi con la disseminazione interdisciplinare. Possiamo sentirci rappresentati sia da una grande fetta che da una coda lunga.

Il processo distributivo in Italia: brevi cenni

La produzione editoriale di monografie di argomento biblioteconomico, oggetto di questa riflessione, si inserisce nel più ampio quadro del mercato editoriale, fatto di una varia compagine di attori che partecipano, con le loro specificità, alla filiera del libro. Secondo Paola Dubini la “filiera editoriale libraria è l’insieme degli attori coinvolti nell’ideazione, nella stesura, nella progettazione, nella produzione, nella distribuzione e nella lettura dei libri” (Dubini, 2013: 1).

Tra i momenti cruciali del circuito editoriale riveste un ruolo determinante il processo distributivo che si articola essenzialmente in tre fasi, quella della promozione, della distribuzione e quella della logistica. In Italia la prima attività è in gran parte affidata a soggetti terzi (solo alcuni grandi editori e alcuni editori di medie dimensioni gestiscono in maniera diretta la promozione); la seconda fase quella relativa alla distribuzione è gestita in maniera diretta solo da grandi gruppi editoriali (Mondadori distribuzione e Giunti distribuzione ne sono l’esempio), mentre gli altri si affidano a distributori esterni; la logistica è sempre terziarizzata⁸.

7. Il volume fa parte della collana Libricolae, diretta da Giorgio Montecchi e Fabio Venuda, che prevede contributi di altri studiosi del settore, ad esempio Roberta Cesana e Loretta de Franceschi.

8. Ceva logistic è il colosso indiscusso della distribuzione in Italia, che serve tra gli altri Mondadori distribuzione e Messaggerie libri, il più grande distributore italiano. Appartiene a Ceva il più grande magazzino di libri in Italia, ovvero Città del libro di Stradella (Padova), che negli ultimi anni è stato spesso al centro di proteste e scioperi da parte dei lavoratori, causando ritardi nell’approvvigionamento dei libri e perdite per editori, librai e distributori. Altra azienda

Promozione e distribuzione sono le due fasi sulle quali ci soffermeremo, per comprendere le scelte degli editori, così come emergono dai dati sopra esposti, che pubblicano anche o in maggior parte monografie di ambito biblioteconomico (Ranfa, 2020). La promozione è forse il settore più strategico del processo distributivo e la sua azione agisce in modo profondo sul successo o l'insuccesso di un libro.

La promozione libraria (chiamata anche propaganda) portata avanti dalle reti vendita si concretizza nella presentazione da parte degli agenti di nuovi libri in uscita, indicati dall'editore, a librai e rivenditori attraverso la cedola, che altro non è che la 'carta d'identità' di ogni libro, dove sono contenuti i dati bibliografici, l'immagine della copertina e un testo di presentazione (circa 1.000 battute) che illustra gli elementi di interesse del libro e le informazioni sull'autore.

Ma la sua funzione strategica si estrinseca in azioni fondamentali come valutare i parametri tra prodotti proposti e target clientela, considerare l'appeal di una copertina, raccogliere feedback, gestire gli invenduti e soprattutto suggerire adeguatamente le quantità di lancio di una novità, per evitare la rottura di stock (ovvero l'esaurimento in magazzino di un determinato titolo) e per arginare l'annoso problema delle rese. Come già anticipato la promozione in Italia è in gran parte terziarizzata (promozione indiretta⁹) e le molteplicità di azioni subito sopra elencate pesa all'editore tra il 7% e il 9% sul prezzo di copertina di un libro. Alla seconda fase quella della distribuzione spettano tutte quelle «attività amministrative connesse al trasferimento dal magazzino della casa editrice, del distributore o del grossista fino al punto vendita del libro» nonché «il passaggio di informazioni tra i diversi attori che compongono la filiera» (Vannucchi, 2011: 61). Questo ruolo di mediatore, il dover rispondere alle esigenze da una parte dell'editore e dall'altra del libraio, è la missione chiave del distributore¹⁰.

Come la promozione anche la distribuzione in Italia è in gran parte affidata a intermediari esterni (Barbier, 2018: 463-466), che collocandosi tra la produzione del libro e la sua vendita, organizzano le spedizioni delle novità e delle ristampe,

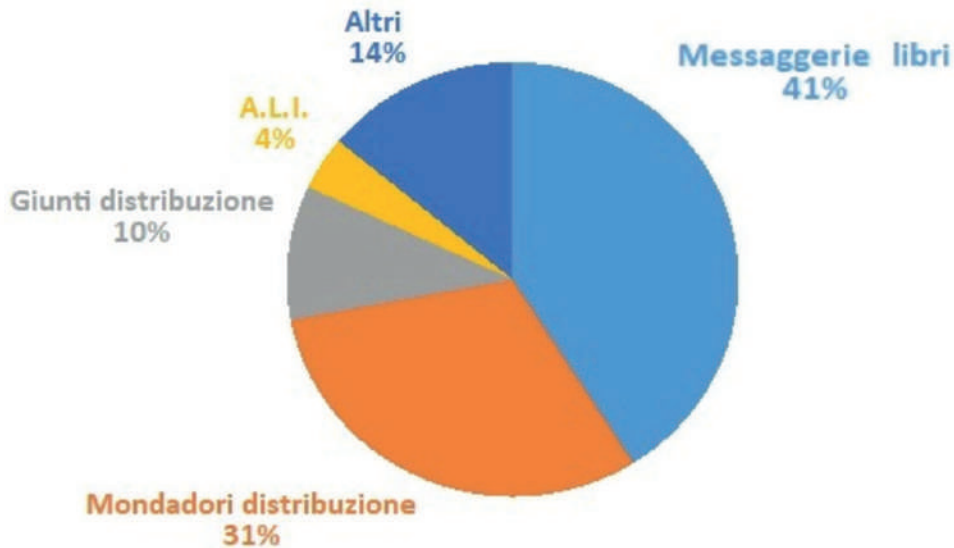
che si occupa di logistica è Geodis.

9. La maggior parte degli editori non ha una forza di fatturato per gestire direttamente la promozione (scelta concessa solo a editori che contano almeno di 10-15 milioni di euro di fatturato annui possono) e quindi si affida a una società o agenzia esterna. Al contrario i maggiori player del settore non rinunciano a una promozione diretta e spesso suddividono i brand di loro proprietà in più linee di vendita e promozione, così da garantire una maggiore visibilità del loro prodotto all'interno dei punti vendita.

10. Angela Di Biasio direttore commerciale di Messaggerie Libri, il più grande distributore italiano di prodotti editoriali, sintetizza così la missione del distributore: "Realizzare la missione dell'editore operando per trasferire la ricchezza dagli editori ai lettori e restituirla agli editori nella forma tangibile del pagamento dei ricavi, a garanzia del presente e, soprattutto, del futuro".

si occupano dei rifornimenti e della gestione delle rese, offrono il servizio di magazzino editoriale e grazie all'analisi dei dati, aiutano editore e libraio a valutare l'andamento di un titolo (attraverso il rapporto tra *sell-in* e *sell-out*). Il mercato italiano in tema di distribuzione si divide tra pochi protagonisti che ne detengono la gran parte.

Grafico 4. Quote di mercato: distributori



Oltre a Mondadori distribuzione che copre circa il 30% del mercato (distribuendo editori del gruppo e più di dieci editori terzi), Giunti distribuzione con il 10%, A.L.I. – Agenzia libraria international con il 4% e altri distributori locali che occupano il 14% del totale, la principale azienda di distribuzione che opera sul mercato italiano è Messaggerie libri (Armani, 2013) che copre circa il 40% del mercato.

Distribuendo oltre 600 marchi editoriali raggiungendo circa 4.000 punti vendita, a Messaggerie libri si affidano circa 20 reti vendita promozionali e editori con caratteristiche e dimensioni molto differenti tra di loro (circa i due terzi dei marchi distribuiti sono piccoli editori e corrispondono al 4% circa del fatturato complessivo)¹¹.

La distribuzione (compresa la logistica) pesa sul prezzo di copertina tra l'8% e il 14%; se a questi costi aggiungiamo gli sconti di cessione ai rivenditori che possono variare tra il 30% e il 45%, e i costi per la promozione si arriva al 60%

11. Nel processo distributivo il ruolo dei grossisti non è secondario. In Italia gran parte del mercato è gestito da Fastbook (Gruppo Messaggerie), anche se non può non essere tenuta in considerazione Amazon business per le librerie che dall'estate del 2019 offre il suo servizio di rifornimento alle librerie.

(o oltre) del totale; questo dimostra quale il costo ma anche il ruolo strategico del processo distributivo (Cadioli; Vignini, 2018: 184-187), soprattutto in comparti di nicchia come quello del mercato legato alle monografie di argomento biblioteconomico.

Produzione editoriale biblioteconomia: promozione e distribuzione

Dopo la breve panoramica su come funziona il processo distributivo in Italia, tenteremo di analizzare le scelte degli editori che pubblicano monografie di biblioteconomia. Prendendo in esame le case editrici selezionate in questo studio, per quanto riguarda la promozione vediamo che è essenzialmente indiretta, trattandosi per lo più di editori di medie o piccole dimensioni. L'editore affida quindi a un'azienda terza, che può afferire a grandi gruppi editoriali o essere indipendente, tutte le attività descritte nel precedente paragrafo che portano alla promozione dei titoli proposti dall'editore (o anche suggeritigli dalla stessa rete vendita).

Il limite di una promozione indiretta risiede nel fatto che gli agenti e promotori di un'agenzia esterna si trovano a gestire un numero di brand di gran lunga più alto di quello di una conduzione diretta, creando un evidente divario nell'opportunità di promozione del prodotto. Questo tanto più vale se si ha a che fare con un prodotto specialistico come può essere un saggio accademico o comunque un titolo di una disciplina specialistica. Ma tra le pubblicazioni del nostro settore disciplinare ce ne sono alcune di carattere più divulgativo come quelle dedicate alla lettura e alle politiche di promozione della stessa, ai nuovi media, all'affermarsi del digitale ma anche alla valorizzazione del patrimonio librario e bibliotecario come bene pubblico; titoli orientati su questi temi più trasversali e di interesse maggiormente diffuso, necessitano comunque di una rete che sappia interpretarne il valore e promuoverne correttamente la vendita. L'interrogativo che si pone di fronte alla specificità di pubblicazioni di questo settore è come una promozione indiretta¹², con agenti plurimandatari possa rispondere alle esigenze di un editore di questo tipo e possa promuovere in maniera "consapevole" un prodotto editoriale così caratterizzato, e quanto questo possa essere un limite per questo, seppur piccolo, comparto del mercato.

Per quanto riguarda la distribuzione vera e propria, la seconda fase, in generale il quadro non cambia rispetto all'esternalizzazione, che riguarda la totalità dei 33 editori selezionati. Circa il 50% degli editori affida questa fase della filiera

12. Da una ricerca condotta dall'Università di Verona nel 2019 sulla distribuzione libraria, che ha visto coinvolti alcuni degli editori tra i 33 selezionati in questo studio, è emersa una sostanziale soddisfazione rispetto al servizio di promozione, mettendo in luce solo alcuni punti di criticità, tra i quali quello più editori hanno sottolineato risiede proprio nella difficoltà di riuscire a vedere interpretati in maniera adeguata da parte del promotore i propri valori, la propria creatività, e la mission.

a Messaggerie Libri, precisamente 16 case editrici. Dai dati emersi 5 di queste sono distribuite da Meli da oltre 15 anni (Carocci editore, Editrice Bibliografica, Laterza, Gangemi editore, Il Mulino); dal 2007 anche Officina libraria si affida allo stesso distributore; nel 2014¹³ vediamo l'ingresso di Edizioni ETS, Pacini Editore, Viella, Vita e pensiero, Firenze University Press; Ledizioni, EUM-Edizioni Università di Macerata dell'Università degli studi di Macerata; le ultimi tre case editrici distribuite da Meli dal 2018 sono Casalini-Cadmo, Forum editrice e Marsilio editore.

A fronte di un marcato rigore nella programmazione e di un elevato numero di editori distribuiti, Messaggerie Libri ha nell'aggiornamento costante dei dati e soprattutto nella capillarità della distribuzione i suoi punti di forza, e il fatto che molti editori del nostro settore si rivolgano a questo distributore (affacciandosi di fatto alla grande distribuzione) negli ultimi anni, dimostra la volontà di aprirsi alle opportunità di un mercato quanto più diffuso sul territorio nazionale (con una grande varietà di punti vendita, per tipologia e dimensione). Un altro spunto di analisi emerso grazie ai dati di Messaggerie Libri è quello relativo al *sell-out* annuale in copie di titoli di ambito biblioteconomico¹⁴.

Non essendo presente nelle categorie predefinite del data base¹⁵ l'ambito disciplinare di interesse, sono state inserite quattro parole chiave quali biblioteca/biblioteche; bibliografia; biblioteconomia; bibliologia¹⁶, e si è vista la loro ricorrenza nei titoli dei libri di editori distribuiti da Meli che contengono almeno una di queste parole nel titolo o nella scheda. Si è cercato di analizzare l'andamento negli ultimi tre anni del numero degli editori, dei titoli e del numero medio copie/titolo.

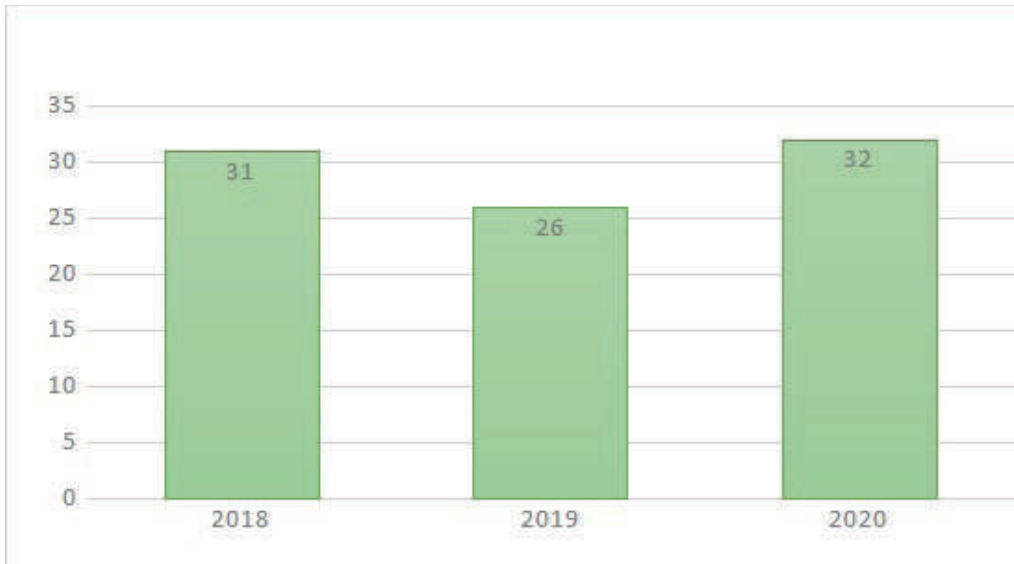
13. Gli editori catalogati come 2014 sono quelli che sono confluiti in Messaggerie dopo la fusione con PDE.

14. Ringrazio Giuseppe Risetti di Messaggerie per avermi messo a disposizione i dati.

15. Abbiamo consultato Arianna (Gruppo Emmelibri), ovvero il sistema integrato di servizi di comunicazione e teleordinazione sviluppato da Informazioni Editoriali e rivolto a tutti gli operatori economici del mondo del libro (editori, reti promozionali, distributori, grossisti). libri.

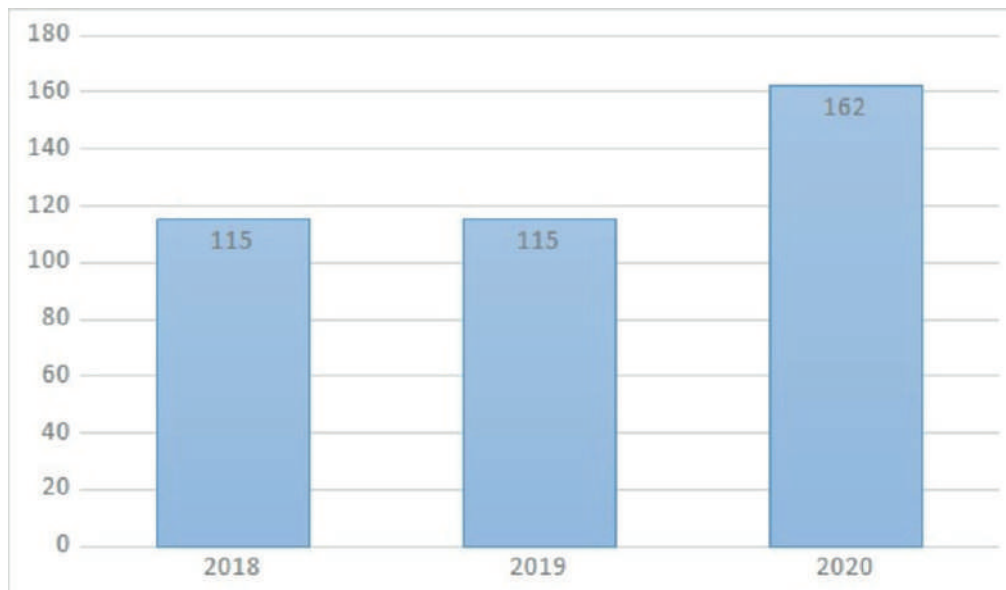
16. Non è stato possibile inserire parole più generiche, ma significative per il nostro settore disciplinare come libro o lettura, per la sovrabbondanza di occorrenze rilevate dal sistema.

Grafico 5. Numero editori



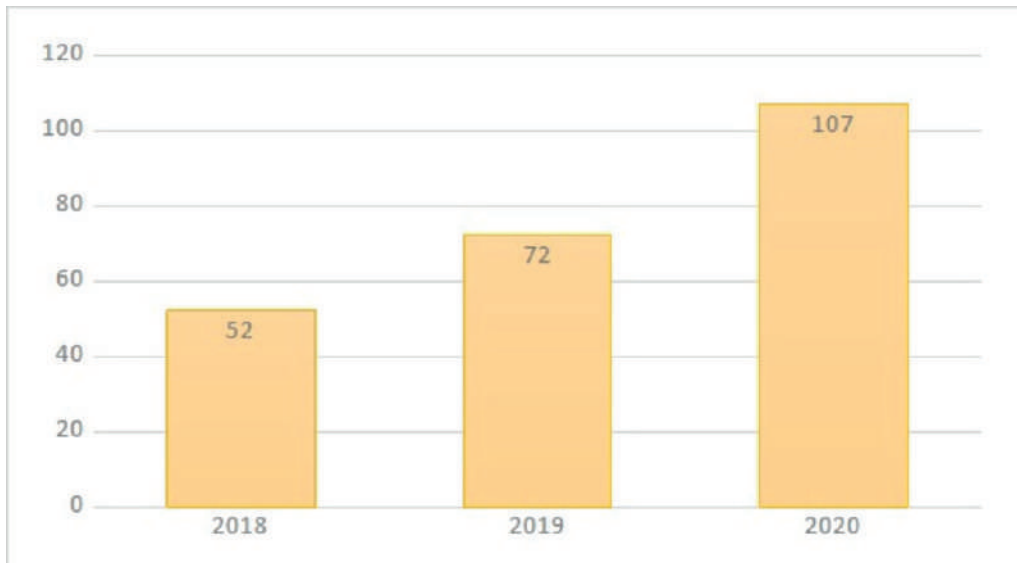
Il grafico dimostra come il numero degli editori che hanno pubblicato titoli afferenti al nostro ambito disciplinare, dopo un calo nel 2019, hanno visto una sostanziale ripresa nel 2020.

Grafico 6. Numero titoli



Più significativo invece l'aumento dei titoli pubblicati, che passa dai 115 del 2018 e del 2019, ai 162 del 2020.

Grafico 7. Numero medio copie/titolo



Anche il numero medio di copie per titolo, ha avuto nell'ultimo triennio una crescita costante e sostanziale, raddoppiando dal 2018 al 2020, con un numero di 107 copie in media per titolo pubblicato.

Questi dati dimostrano un tendenziale incremento delle pubblicazioni di monografie in ambito biblioteconomico, un trend positivo confermato anche in un anno straordinario quale è stato il 2020.

Con lo stesso criterio di ricerca, utilizzando le quattro parole chiave, è stata interrogata anche la base di dati Edigita¹⁷ (Editoria Digitale Italiana), una piattaforma di distribuzione di e-book, che copre circa il 35/40% del mercato editoriale digitale.

I risultati emersi dalla ricerca evidenziano la presenza di soli 73 titoli di libri digitali (meno della metà delle pubblicazioni cartacee) nei quali compare almeno uno dei termini biblioteca/biblioteche; bibliografia; biblioteconomia; bibliologia, la maggior parte dei quali pubblicati da Editrice Bibliografica.

Per completare il quadro sui canali di distribuzione, per la saggistica, la manualistica e in particolare le pubblicazioni scientifiche e l'editoria accademica in genere, si segnala il significativo ruolo di fornitori, meglio delle agenzie commissionarie (come Casalini libri, che si occupa di servizi agli enti pubblici e agli editori, anche internazionali), ma anche quello di tutto il mondo legato alle pubblicazioni ad accesso aperto.

17. Per avermi messo a disposizione questi dati ringrazio Francesca Noia che si occupa di Edigita fin dalla sua nascita ed è responsabile delle relazioni con gli editori.

Bibliografia

- Armani, Vittorio (2013). *Cento anni di futuro. Storia delle messaggerie italiane*. Garzanti, Milano.
- Barbier, Frédéric (2018). *Storia del libro in Occidente*. Bari, Edizioni Dedalo.
- Battelle, John (2006). *Google e gli altri: come hanno trasformato la nostra cultura e riscritto le regole del business*. Milano, Raffaello Cortina.
- Bisogno, Paolo (1980). *Teoria della documentazione*. Milano, Franco Angeli.
- Cadioli, Alberto; Vignini, Giuliano (2018). *Storia dell'editoria in Italia: dall'unità a oggi*. Milano, Editrice bibliografica.
- Capaccioni, Andrea (2018). *Le biblioteche dell'università. Storie, modelli, tendenze*. Santarcangelo di Romagna, Maggioli Editore; Apogeo education.
- Castellucci, Paola (2009). *Dall'ipertesto al web. Storia culturale dell'informatica*. Roma-Bari, Laterza.
- Castellucci, Paola (2017). *Carte del nuovo mondo. Banche dati e Open Access*. Bologna, Il Mulino.
- Castellucci, Paola; Mori, Sara (2021). *Suzanne Briet, nostra contemporanea*. Milano, Mimesis.
- Dubini, Paola (2013). *Voltare pagina? Le trasformazioni del libro e dell'editoria*. Milano, Pearson.
- Ponzani, Vittorio (2003). "BIB-WEB: la letteratura professionale italiana in Internet". *AIB Notizie*, a. 15, n° 2, pp. 13-14.
- Ranfa, Elena (2020). "Il ruolo della promozione e della distribuzione nella filiera del libro: orientarsi nel dedalo dell'editoria italiana", *AIB Studi*, a. 60, n° 1, pp. 131-142.
- Roncaglia, Gino (2020). *L'età della frammentazione: cultura del libro e scuola digitale*. Roma-Bari, Laterza.
- Vannucchi, Francesca (2011). *La catena di produzione del libro: dall'autore al lettore*. In: *Comunicare con il libro: autori, editori, librai, lettori, generi, e-book. Italia 1989-2011*. a cura di Michele Rak. Milano, Mondadori Università.
- Visintin, Giulia (1995). "L'avanspettacolo dei libri, e il dossier Vent'anni di Letteratura professionale italiana". *Bollettino AIB*, a. 35, n° 3, pp. 345-367.
- Vitiello, Giuseppe (2009). *Il libro contemporaneo*. Milano, Editrice Bibliografica.