

# Il mondo

Viaggio nel mondo delle case editrici universitarie e delle University press italiane. Fra tradizione e innovazione.

L'editoria universitaria – con i suoi smarginamenti e sovrapposizioni da un lato sul versante professionale e dall'altra su quella di varia (dai classici in edizione tascabile alle opere di saggistica) – sta attraversando tempi difficili, dai quali fatica a vedere una possibile luce che indichi l'uscita da un tunnel in cui è entrata da anni.

Le ragioni, gli intervistati in questo forum, le individuano con assoluta precisione. Accentuando da parte di chi parla o l'una ora l'altra.

Innanzitutto, volendo riepilgarle, un processo di riforma che ha portato – oltre alla necessità di rivedere il prodotto editoriale e i timing produttivi – la proliferazione dei corsi e la riduzione delle tirature. Certamente poi la stampa in digitale e le innovazioni di processo hanno permesso di «metabolizzare» in parte, ma solo in parte, questo effetto. In più le difficoltà a contenere il fenomeno della reprografia abusiva a cui si sta aggiungendo quella della masterizzazione illegale di interi volumi da parte di alcuni centri stampa. Per non far cenno alla quantità di materiali didattici – slide, scansioni di articoli, ecc. – che vengono resi disponibili nelle diverse forme allo studente direttamente sui siti dei dipartimenti o degli istituti. O lo scambio diretto di file di materiali protetti.

A tutto questo – aspetto anche di minore propensione all'investimento delle famiglie sulla formazione dei figlio attraverso l'acquisto di libri per il loro percorso di studi – non ha certo corrisposto un aumento delle risorse e dei budget per l'ampliamento delle collezioni e degli acquisti bibliotecari. Che anzi – in attesa dei dati dell'ultima indagine di Crui – si dovrebbero esser ulteriormente contratti.

Da qui la crescita del mercato dell'uso universitario che oramai può godere di strutture organizzative commerciali e di servizio paragonabili in tutto e per tutto a quello della scolastica.

Come pure – evidenziato dalle indagini Athena che abbiamo a più riprese presentato in questi anni sulle pagine del «GdL» - l'ingresso nel mercato italiano di marchi controllati, direttamente o indirettamente, da parte di gruppi e case editrici straniere, o l'acquisto di articoli e/o libri direttamente in lingua straniera. Fenomeno che riguarda aree disciplinari ben circoscritte e che corrispondono, in buona parte, con il minor grado di eccellenza delle università italiane nel proporre a loro volta contenuti per i mercati internazionali. Non è un caso che nelle scorse settimane la stampa italiana si sia scandalizzata per il fatto che nessuna delle università italiane si collocasse nelle zone di eccellenza (le prime 100) universitaria. Che ci sia un nesso tra le due cose?

**Il mondo dell'università sta attraversando in questi anni importanti - e non sem-**



# accademico

**pre positivi - processi di cambiamento (istituzionali, organizzativi, didattici, nelle risorse disponibili), mantenendo sullo sfondo la mancata soluzione dei problemi legati ai comportamenti illegali, come fotocopiatura o stampa illegale di volumi da parte di tipografie. Questo contesto come ha modificato i progetti editoriali, le collane, le politiche di prezzo, ecc. della sua casa editrice?**



**Michele De Serio, direttore amministrativo (Cacucci editore).** Purtroppo a partire dal '68 la scuola in Italia ha subito un comprovato calo di

qualità. In particolare in questi ultimi anni, una serie di riforme nel mondo accademico hanno avuto come risultato solo una drastica riduzione della durata dei corsi e dei fondi a disposizione di ricerca e pubblicazioni.

A questo si è affiancata una perdita di significato del valore del libro, portando ad un incremento della reprografia illegale. Come tutti gli editori universitari, dobbiamo affrontare il circolo vizioso dell'aumento del prezzo di copertina dovuto alla riduzione delle tirature. Questo a sua volta porta come conseguenza una riduzione delle vendite e una prospettiva di dover ulteriormente incrementare il prezzo del volume. La soluzione da noi adottata è stata quella di cercare di contenere quanto più possibile l'aumento dei prezzi ricorrendo ad altre soluzioni, quali altre fonti di finanziamento del volume (ormai sempre più difficili da reperire), o l'ottimizzazione dei prezzi di produzione, mantenendo alta la qualità. L'obiettivo finale è comunque quello di non sacrificare la pubblicazione dei risultati di anni di lavoro.



**Franco Cesati, titolare (Franco Cesati editore).**

Le mie edizioni sono nate negli anni della piena illegalità delle fotocopie e vi hanno quindi convissuto, bene o male, sin

dall'inizio. Questo fenomeno non ha mai modificato né i nostri progetti né l'ideazione di nuove collane (che oggi sono ben 29, sempre in ambito linguistico e letterario). La Cesati editore ha subito i cambiamenti del mondo universitario in forma meno vistosa essendo molto proiettata sul mondo italianistico internazionale: oltre il 70% dei nostri titoli sono atti di congressi internazionali tenutisi in varie parti del mondo, dottorati di ricerca e studi di italianisti stranieri. Certo, le rare volte che ci siamo affacciati sul mondo universitario italiano abbiamo avuto più cattive che belle sorprese: i rapporti con gli studiosi sono diversi, più distaccati e sicuramente più formali, salvo rare eccezioni; più complessa la catena amministrativa se un libro ha i favori di qualche contributo universitario.



**Aurelio Mottola, direttore (Vita e pensiero).**

I processi di cambiamento che l'università ha conosciuto negli ultimi anni (in primis la riforma) hanno avuto, dal nostro punto

di vista, un duplice impatto: la frammentazione dei testi adottati e la diminuzione della foliazione. L'evoluzione della stampa digitale e il decremento dei suoi costi hanno consentito di metabolizzare questo fenomeno, spingendo a realizzare un print on demand in grado di contrastare, quanto al prezzo, la piaga delle fotocopie illegali.

**L'editoria universitaria aveva storicamente zone di «confine» con la saggistica specializzata - rivolta a un pubblico di lettori colti - o comunque vi erano travasi e reciprocità tra questi due settori. Un mercato oggi che si ha l'impressione sia in drastica contrazione. Ma forse se ne sta creando uno internazionale legato alla vendita di diritti. Qual è oggi il rapporto tra import / export di diritti in questo settore o per la sua casa editrice?**

**De Serio.** L'Italia storicamente è sempre stata esportatrice di culture e tradizioni. In un periodo in cui il Paese non crede più nella cultura ed è in attesa di una nuova rivoluzione culturale di tipo illuministico, lo scambio culturale ed internazionale mediante la cessione di diritti sta prendendo quota. La nostra esperienza in merito ci porta a credere che, anche se alcune volte può essere remunerativa, è sempre la produzione interna di cultura che porta a maggiore remunerazione e soddisfazione personale, nonché alla crescita di una Nazione.

**Cesati.** Osserviamo la tendenza ad una contrazione in libreria, anche degli spazi fisici, relativamente alla saggistica letteraria e linguistica, nostro campo di appartenenza privilegiato. Per noi è molto difficile avere un import/export di diritti a causa della forte italianità che contraddistingue gli argomenti



trattati nei nostri libri. Piuttosto sono molto sviluppate le coedizioni tra le quali spiccano quelle con l'Università di Barcellona, Zurigo e la storica università di Lovanio in Belgio.

**Mottola.** Confermo la drastica contrazione di quella saggistica alta non specialistica ma di sintesi che tanto era stata utilizzata in passato nei corsi universitari. Una crisi, va detto, non solo sul lato della domanda, ma soprattutto dell'offerta e della sua qualità. Mi pare tuttavia che questo deficit non possa essere colmato dalla vendita dei diritti all'estero, che non evidenzia incrementi apprezzabili, almeno per Vita e Pensiero.

**Passiamo ora al mondo delle University press. Può ricordare brevemente come nasce e che caratteristiche presenta la vostra University press, e qual è il suo progetto editoriale e culturale?**



**Aldo Pinchera, presidente (Edizioni Plus).** Plus è la casa editrice dell'Ateneo pisano, nata nel maggio del 2000 per valorizzare e diffondere opportunamente i migliori

risultati delle attività di ricerca svolte e dei progetti culturali e didattici promossi. Sul modello delle migliori University press anglosassoni, l'attività editoriale si articola in manualistica di testo, atti di convegni, saggistica, riviste e approfondimenti di specifici argomenti di diffuso interesse, che vanno ad affiancare la realizzazione di ogni prodotto istituzionale dell'università.



**Francesca Tosoni, comunicazione e distribuzione (Edizioni Università di Trieste).** Le Edizioni Università di Trieste (Eut) sono nate nel 2005 da una precedente esperienza

editoriale di Ateneo, con un'integrale riformulazione dei processi di valutazione delle proposte, della componente scientifica e organizzativa, dell'aspetto grafico e della cura di contenuti e apparati. Pur conservando l'obiettivo prioritario di valorizzare la ricerca e la didattica universitaria, la casa editrice si è data due ulteriori finalità: aprirsi anche a proposte di divulgazione scientifica non necessariamente provenienti dal mondo accademico e porre un forte accento sull'editoria elettronica ad accesso libero.



**Norma Zamparo, responsabile editoriale (Forum Editrice).** La nostra casa editrice è nata nel 1995 con l'intenzione di coordinare e promuovere le molteplici at-

tività editoriali dell'ateneo di Udine. Negli anni ha affiancato alle pubblicazioni strettamente accademiche anche altre iniziative editoriali, attente a coniugare gli aspetti scientifici con quelli divulgativi, con particolare riguardo alla promozione del dialogo fra saperi diversi e all'interdisciplinarietà.

Per questo motivo, accanto a collane e riviste scientifiche, abbiamo avviato progetti come la collana OltrE, che accoglie opere di letteratura dell'Europa centro-orientale, la rivista «Multiverso», pensata come strumento di dialogo dell'università con il mondo della ricerca nazionale e internazionale o la collana Vicino lontano, specchio della contemporaneità, con autori che provengono da diversi ambiti disciplinari.



**Daniele Rosa, redazione (Luiss).** La Luiss University Press è nata nel 2003, a seguito della vecchia esperienza di Luiss Edizioni, con l'ambizione di creare una casa

editrice che non fosse una "stamperia" di ateneo, bensì fosse presente nelle normali librerie con testi che non si limitassero ai materiali di studio e alla manualistica.



**Luigi Migliaccio, delegato del Rettore (University press Casa editrice Università La Sapienza).** La Casa editrice Università La Sapienza, creata nel 1990,

è nata per agevolare la produzione intellettuale del corpo docente dell'Università attraverso un riferimento interno qualificato in grado di provvedere alla stampa, all'edizione, alla promozione, alla distribuzione e, in parte, alla vendita diretta delle opere. L'obiettivo della casa editrice, che si posiziona nell'ambito dell'editoria scientifica, è quello di contribuire a diffondere la conoscenza e il prestigio dell'università La Sapienza di Roma dando conto delle attività didattiche e di ricerca dell'Ateneo e partecipando alla promozione della conoscenza e della cultura anche all'esterno del mondo accademico.

**Come questo progetto si è modificato – o si sta modificando – in seguito alle trasformazioni organizzative, di riduzioni dei budget, di «riforma» dell'università italiana? In particolare, quali sono i rapporti a livello internazionale con le altre University press e quali possibilità di interazione/cooperazione esistono?**

**Pinchera.** La nostra casa editrice è una Srl partecipata al 100% dall'Università di

Pisa e pertanto ha vissuto sicuramente in prima linea tutte le recenti vicende legate alla riforma universitaria. Abbiamo però potuto in parte reagire e alla congiuntura economica grazie all'agile struttura societaria di cui siamo stati dotati. Questo ha



reso possibile in poco tempo l'attivazione di preziose sinergie con le altre University press presenti sul territorio nazionale. Abbiamo inoltre aperto la strada verso forme di cooperazione europea che speriamo di concretizzare a breve.

**Tosoni.** Se la casa editrice non fosse in grado di sostenersi con le proprie risorse, probabilmente con gli attuali scarsi finanziamenti non potrebbe nemmeno esistere. L'attenzione da parte della propria governance universitaria può però manifestarsi anche sotto forme diverse, per esempio favorendo, attraverso la mobilità interna, l'assegnazione di personale fortemente motivato, con competenze professionali di tipo grafico o editoriale, oppure sostenendo i processi della filiera produttiva che utilizzano attrezzature di stampa interne all'Ateneo; o ancora convogliando verso la casa editrice i progetti editoriali istituzionali, senza ricorrere a forniture esterne. Pochi mesi ad esempio fa l'Università di Trieste ha poi creato un unico centro servizi in cui sono confluiti, oltre alla casa editrice, il sistema bibliotecario e il sistema museale di ateneo. Quanto alla cooperazione a livello internazionale, in questa fase siamo effettivamente più concentrati sul consolidamento della nostra presenza a livello territoriale, nel nord-est italiano e, data la nostra peculiare collocazione geografica, prestiamo una certa attenzione nei confronti dell'Austria e della Slovenia. Un aspetto che curiamo molto, anche su scala internazionale, riguarda la presenza dei nostri libri nelle biblioteche, soprattutto attraverso un fitto programma di scambi.

**Zamparo.** La prima trasformazione che abbiamo vissuto è stata quella relativa al-

la produzione dei manuali didattici: la riforma del 3+2 e l'introduzione dei crediti ne hanno cambiato la struttura e ci si è dovuti confrontare con soluzioni più snelle, di più breve "durata", rivolte dunque ad un'utenza più ristretta, tanto ristretta a volte da non rendere più economicamente sostenibile la realizzazione di alcuni testi; d'altra parte è continuato il dannosissimo malcostume delle fotocopie illegali. Anche la riduzione dei finanziamenti all'università non ha aiutato: prestigiose collane e riviste vedono ora drasticamente ridotte le disponibilità finanziarie. Per evitare che i risultati della ricerca accademica siano condannati all'oblio dobbiamo trovare altre strade: dal contenimento dei già ridotti costi di stampa alle pubblicazioni digitali e on line, consapevoli però che tutto questo può risolvere solo in parte il problema. I



costi non sono solo quelli della carta, ma anche quelli di una struttura che garantisce il controllo della qualità attraverso la selezione delle pubblicazioni, che è attenta alla redazione dei testi, che cura dall'inizio alla fine una pubblicazione, che si occupa della sua pur difficile promozione e distribuzione. Questa è, in fondo, la rivendicazione di un ruolo di mediatori culturali degli editori accademici e su questa linea stiamo seguendo con grande attenzione il dibattito sulla valutazione della ricerca che si sta, finalmente, svolgendo in Italia. Sotto tutti questi aspetti, la collaborazione con altre University press italiane ed europee è fondamentale: il coordinamento creatosi è un luogo di incontro, di scambio di informazioni e sinergie, ma anche di collaborazione al fine di aumentare l'impatto e la visibilità dell'editoria universitaria.

**Rosa.** Abbiamo dedicato l'ultimo anno e mezzo a una sistematica riorganizzazione del nostro assetto editoriale, in modo da perseguire con maggior decisione quanto progettato fin dagli inizi. In modo particolare, abbiamo optato per uno sfoltimento

drastico del numero di collane, con un progetto che, grazie a una linea grafica precisa e alla creazione di due formati standard, prevede di rendere le nostre pubblicazioni del prossimo futuro immediatamente riconoscibili come «saggi e ricerche» e testi di «attualità e dibattito». Entrambe le linee sono destinate al mercato, con l'ambizione di rivolgerci non soltanto a un pubblico di studenti, docenti o persone comunque legate al nostro Ateneo, ma di raggiungere la nicchia dei lettori "colti" ma non solo specialisti, interessati alle tematiche che ci proponiamo di affrontare con i testi che pubblicheremo. Sebbene ancora lontani da quel modello, non nascondiamo che la nostra ambizione sia quella di ricreare l'esperienza delle University press internazionali più prestigiose. Non escludiamo che questo potrà essere fatto in futuro anche lavorando assieme a colleghi di Up straniere. Abbiamo da poco dato la nostra adesione alla associazione delle Upi italiane, molto attiva in questo senso, ed è certo che, grazie alla loro maggiore esperienza, il nostro impegno dei prossimi mesi verterà anche su questo aspetto.

**Migliaccio.** Nel tempo le trasformazioni del mercato dell'editoria e la riduzione delle risorse ci hanno messi di fronte a una scelta



obbligata: quella dell'utilizzo di Internet e dei formati elettronici, soprattutto per quanto riguarda i periodici, e del ricorso sempre più frequente alla stampa digitale. I rapporti che sono in atto tra il coordinamento delle Upi, cui fa parte la nostra casa editrice, e le altre associazioni di Up europee (soprattutto spagnole, francesi, austriache e tedesche) stanno divenendo sempre più stretti e fattivi. Ritengo che la cooperazione internazionale tra le Up abbia degli obiettivi a medio e a lungo termine: nel breve periodo stare collegati vuol dire rafforzare la visibilità e migliorare la promozione, attraverso il collegamento tra i vari siti e la creazione di un catalogo comune che consenta agli

utenti di conoscere tutta la produzione scientifica delle università europee e internazionali. Nel lungo periodo ci auguriamo si possa arrivare a produrre contenuti di qualità in coedizione e ad aumentare le traduzioni per favorire la circolazione delle opere.

**La distribuzione rappresenta uno snodo con cui tutti gli editori si confrontano. Le librerie universitarie, spesso a conduzione familiare, non attraversano un periodo favorevole e le catene presentano problematiche particolari. Cresce inoltre il mercato dell'usato universitario, gestito in maniera sempre più professionale. Per quanto riguarda le librerie on line e le librerie interne alle facoltà qual è la vostra esperienza? Può tracciare un breve quadro di come la sua casa editrice si muove in questo contesto?**

**De Serio.** Nell'era dell'informatizzazione, di Internet in tutte le case, di telefoni cellulari che possono prestarsi ad essere vere e proprie postazioni di lavoro e dell'aspirazione delle banche dati, la ricerca di una determinata pubblicazione o di mate-



riale bibliografico su uno specifico argomento è ormai alla portata di tutti. Crediamo che una buona distribuzione sul mercato si può ottenere soprattutto ottimizzando e diffondendo quanto più possibile l'informazione e avendo una buona organizzazione logistica.

**Pinchera.** La nostra rete distributiva è sicuramente elemento di vanto e soddisfazione. Abbiamo investito molto in questo campo creando una ramificata tela di soluzioni (Pde nazionale, Casalini digital, DeaStore ecc). I risultati non si sono fatti attendere e pur tra mille difficoltà abbiamo visto crescere negli anni il fatturato delle vendite anche grazie all'impegno costante mirato al contenimento del prezzo di copertina. Nel nostro Ateneo è presente una sola libreria all'interno della Facoltà di Economia) con la quale collaboriamo attivamente.

## Scenari & trend: editoria universitaria

**Tosoni.** Effettivamente quello della distribuzione è uno degli aspetti più critici del nostro lavoro: i libri e le riviste che proponiamo sono in genere talmente settoriali che spesso è più efficace la comunicazione diretta a un preciso target di destinatari piuttosto che la presenza nelle librerie, anche specializzate. Per far conoscere i li-



bri gioca un ruolo importante una buona collaborazione con gli autori, che possono aiutare i potenziali interessati all'acquisto dei volumi. Quanto alle librerie universitarie, nell'estate del 2010 è stato aperto il primo bookshop di ateneo, all'interno del principale campus universitario di Trieste. È decisamente presto per tracciare un consuntivo, ma certamente la facilità nel reperire i volumi è un grosso punto a favore, per l'utenza locale. In Italia e all'estero, per librerie e biblioteche il nostro distributore è la libreria concessionaria Licosa.

**Zamparo.** Anche sotto l'aspetto della distribuzione il cambiamento di scenario è notevole e richiede grande flessibilità e capacità di adattamento: per noi editori è importante garantire la reperibilità dei testi ma la rintracciabilità dei contenuti avviene ormai quasi esclusivamente su Internet. Sono due aspetti che non vediamo



in competizione tra loro, ma di reciproco rafforzamento. Pertanto, come casa editri-

ce stiamo lavorando su due fronti: da un lato la pubblicazione cartacea, con il suo iter di promozione e distribuzione in libreria, dall'altro la partecipazione ad alcuni progetti come quello di Editoria italiana on line della Casalini digital division, una collezione digitale di testi di ricerca, appartenenti principalmente alle scienze sociali e alle discipline umanistiche, che si offre a biblioteche, centri accademici e reti di ateneo di tutto il mondo con una unica interfaccia di accesso. Ci stiamo inoltre confrontando con le tematiche relative all'Open access con la consapevolezza però che le pubblicazioni di carattere scientifico sono molto diverse fra loro e che fra editoria tradizionale e modelli Open Access non c'è un'unica soluzione.

**Cesati.** Un piccolo/medio editore universitario patisce forse meno di un editore generalista la scomparsa delle librerie indipendenti a favore delle catene poiché ha un perimetro d'azione abbastanza definito: librerie universitarie e limitofe. Sull'adottato quindi i meccanismi sono piuttosto semplici, anche se gli incassi non lo sono per niente. Il resto, per quanto ci riguarda, è affidato ad un distributore nazionale (Licosa). Ma il tutto è supportato da un fortissimo sforzo informativo per ogni novità in uscita: oltre 8000 mail partono verso italianisti italiani e stranieri, biblioteche, librerie e acquirenti che sono entrati in contatto con le nostre edizioni negli anni.

**Rosa.** Non c'è dubbio che la collaborazione con un distributore importante, come avviene nel nostro caso, sia essenziale per raggiungere un pubblico sufficientemente ampio e perché le nostre ambizioni e i nostri progetti si trasformino in una realtà consolidata. Non si può d'altra parte ignorare come sempre più lettori si rivolgano ai negozi on line, che rappresentano un vantaggio sotto molti punti di vista. Per



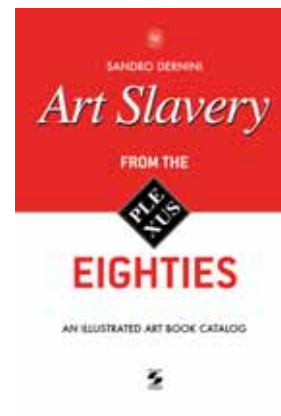
quanto ci riguarda, ci stiamo attrezzando per rendere fin da subito più efficiente il

negozio presente sul nostro sito web. Nel nostro campus è presente da diversi anni un bookstore che funziona bene nel rapporto con gli studenti, i quali – a quanto ci



risulta – lo considerano il modo più comodo e rapido di procurarsi i testi (anche pubblicati da altri editori, ovviamente).

**Migliaccio.** Il commercio on line, per quanto ci riguarda, sta prendendo sempre più piede e questo avviene perché il lettore tipo di editoria scientifico-universitaria ha generalmente le idee molto chiare su



cosa sta cercando, ed è interessato a procurarsi il testo nel più breve tempo possibile. Per quanto riguarda le librerie interne agli atenei la loro presenza contribuisce enormemente alla diffusione dei titoli. Inoltre, cosa non da poco, essendo considerate bookshop e non librerie su strada questi punti vendita non incorrono nelle limitazioni legali sullo sconto all'utente finale. La nostra attività di promozione nei canali indicati avviene in maniera diretta quando siamo noi a inviare le schede dei libri alle banche dati on line (vedi ad esempio Ibs, Ebsco, ecc.), oppure anche indirettamente poiché molto spesso sono le librerie on line a raccogliere i dati che ci riguardano tramite l'Isbn o direttamente sul nostro sito.

**Mottola.** Vita e Pensiero non sta incontrando particolari difficoltà nella distribuzione dei suoi volumi presso le librerie universitarie, anche se, specialmente al



Sud (che per noi rappresenta una piccola quota del fatturato), si segnalano sempre più numerosi casi di insoluti.

**Quali sono i vostri obiettivi, le vostre strategie per quanto riguarda lo sviluppo in formato elettronico di libri, monografie, periodici? E quanto di questa offerta è alternativa piuttosto che complementare al cartaceo? Ma soprattutto avvertite un cambiamento, e di quale misura, intervenuto in questi anni?**

**De Serio.** La produzione di un volume cartaceo è un punto fermo nella nostra filosofia aziendale. Tuttavia, da qualche anno stiamo sperimentando la diffusione dei contenuti delle nostre pubblicazioni in banche dati su siti Internet specializzati: l'utente può acquistare il singolo contenuto in formato elettronico o l'intera pubblicazione in formato cartaceo. Dai risultati ottenuti, questo strumento è comunque del tutto ininfluente sul fatturato del volume tradizionale.

**Pinchera.** L'attuale fase di trasformazione pone la necessità di ripensare nuove dimensioni della comunicazione scientifica, per indirizzare la comunicazione oltre i limiti imposti dall'editoria tradizionale. In questo quadro ritengo sia opportuno studiare contenuti per due canali – la stampa e l'on line – impiegando sistemi sempre più integrati e flussi di lavoro interamente digitali, vale a dire automatizzati nel campo editoriale.

**Tosoni.** L'editoria elettronica Open Access è già una realtà consolidata per le Edizioni Università di Trieste: il trend degli accessi al nostro archivio istituzionale è sempre in crescita e soprattutto assistiamo a una richiesta sempre maggiore di realizzare riviste scientifiche esclusivamente on line, segno

di un netto cambiamento nella percezione dei nostri proponenti. Quanto alle monografie, puntare su tirature ridotte e sul print on demand in digitale chiaramente riduce i co-



sti di stampa e di magazzino, anche se non sempre i tempi di stampa sono davvero così veloci come viene generalmente pubblicizzato e le modalità di stampa Pod impongono una standardizzazione dei formati che va accuratamente pianificata.

**Cesati.** Il cambiamento è certamente nell'aria, ma ancora non compiuto. Restano molte resistenze e dubbi su questioni legate al diritto d'autore. Al momento non abbiamo attivato alcuna precisa strategia per lo sviluppo elettronico dei nostri libri e comunque riteniamo che questa ipotetica offerta debba essere, almeno inizialmente, complementare e non sostitutiva del cartaceo.

**Rosa.** Già alcuni anni fa tentammo la via dell'e-book, pubblicando però solo pochi testi: le tecnologie disponibili non erano ancora tali da rendere il libro elettronico qualcosa in più di uno scomodo surrogato del tradizionale formato cartaceo. È evi-



dente tuttavia che la situazione sta cambiando con rapidità sempre maggiore e che l'editoria scientifico-accademica "rischia" di trovare nell'e-book il suo formato perfetto. Come University press, ritengo che non possiamo permetterci di ignorare

le nuove tecnologie, che possono essere complementari al cartaceo nel senso di prevedere stampa "on demand" in tempi brevissimi per chi ne avesse desiderio, ma che in prospettiva possono diventare le uniche davvero praticabili per le pubblicazioni di un certo tipo. Una previsione per il



futuro non è semplice, ma la mia opinione è che nei prossimi mesi e in un tempo relativamente breve le edizioni elettroniche accademiche, di studio o professionali avranno un grande sviluppo.

**Migliaccio.** La nostra casa editrice si sta orientando sempre più verso l'acquisizio-



ne on line dei periodici scientifici e questo sia per evidenti motivi economici, sia per questioni di "impact factor" o per meglio dire di rapidità di diffusione. Per quanto concerne le opere monografiche, il formato elettronico può essere un utile supporto, ma al momento non ci sembra lo si possa considerare sostitutivo al cartaceo.

**Mottola.** Vita e Pensiero vende in formato digitale tutti i suoi periodici (diciotto) e molti libri (in particolare le miscellanee di studio). Attualmente l'offerta è complementare al cartaceo per evitare la "cannibalizzazione" di quest'ultimo, ma ho l'impressione, dai trend in atto all'estero, che le riviste accademiche nel giro di pochi anni circoleranno soltanto in versione elettronica, per diverse e convergenti ragioni: logistica, facilità di consultazione, costi.

# Scenari & trend: editoria universitaria

## Dati sulle case editrici universitarie e le University press

	Cacucci	Edizioni Plus	Eut
<b>Titoli in catalogo</b>	<b>Un migliaio</b>	<b>680</b>	<b>300</b>
<b>Novità pubblicate nel 2010 (o che si prevede di pubblicare)</b>	<b>90</b>	<b>70</b>	<b>45</b>
<b>Ristampe e riedizioni nel 2010 (o che si prevede di pubblicare)</b>	<b>25</b>	<b>20</b>	<b>2</b>
<b>Tiratura media (copie)</b>	<b>500</b>	<b>300/500</b>	<b>250</b>
<b>Collane</b>	<b>22 + 5 riviste</b>	<b>27</b>	<b>5</b>
<b>Fatturato a prezzo di copertina (euro)</b>	<b>€ 2.700.000,00</b>	<b>-</b>	<b>non disponibile</b>
<b>Addetti</b>	<b>9</b>	<b>5</b>	<b>3</b>
<b>Distributore o distributori</b>	Sul nostro sito internet è disponibile un elenco aggiornato dei rivenditori e distributori.	PDE nazionale/Casalini Digital	Licosa
<b>Librerie in cui i titoli della casa editrice sono presenti</b>	90% delle librerie universitarie italiane	Potenzialmente tutte quelle presenti sul territorio nazionale che sono servite da PDE	Bookshop UniTs, varie librerie a Trieste e tutte le altre, su richiesta

**Gli editori si stanno interrogando sui possibili sviluppi del mercato degli e-book. Quello delle Università quali potenzialità o criticità presenta attualmente? Nel vostro catalogo già ci sono, o ci saranno dei titoli in formato e-book? E in prospettiva più lunga, diciamo 2011-2012, come vede lo sviluppo di questo mercato?**

**De Serio.** Da sempre la Cacucci Editore è stata al passo con le tecnologie. Pur non sottovalutando le potenzialità tecnologiche degli e-book e non volendo restare a guardare l'evolversi del libro, personalmente – nonostante faccia uso di libri in formato elettronico – credo che per il momento il loro utilizzo è e resterà una moda. Anche se le potenzialità promesse sono molto allettanti, dal punto di vista

vrebbe essere disposto ad investire i risparmi destinati ad una vacanze in dispositivi hardware idonei alla fruibilità del libro elettronico (che ricordiamo ha anche dei costi di connessione). In secondo luogo, nel settore universitario, ma più in generale nel mondo scolastico, la proliferazione dei libri in formato elettronico porterebbe ad una più facile e meno contrastabile proliferazione della copia illegale. Tuttavia, in questi giorni abbiamo messo in vendita sul nostro sito internet il primo e-book e ne sono in preparazione altri due. Solo con il tempo potremo valutare se continuare ad investire in questo settore o meno.

**Pinchera.** Attualmente il nostro catalogo è ancora fortemente orientato verso un tipo



“materialmente economico” rilevo due criticità non trascurabili. Prima di tutto, uno studente che ricorre alla fotocopia perché dichiara di non poter spendere lo stesso importo che spenderebbe per una pizza per l'acquisto dei libri, in teoria non do-



Forum Editrice	Franco Cesati	Luiss	Università La Sapienza	Vita e pensiero
630	225	150	100	900
45	26	15	13	100
4/5	4	1	15	20
500/600	800	350	500	1.000
21	29	3	4	40
-	270.000	-	-	-
5	2	2	10	12
Dehoniana Libri SpA/ Casalini Libri/Casalini Digital Division	Licosa spa	PDE Distribuzione	per l'Italia: PDE Spa per l'estero: Casalini libri, Licosa, Scienze e Lettere, et al.	PDE
300/400	Circa 200		Tutte le catene e le librerie indipendenti che trattano anche testi universitari	

di editoria cartacea di stampo tradizionale che continua a rappresentare il nostro core business. Stiamo però investendo molto sul tema dell'editoria digitale (attualmente la quota di fatturato derivante da questo settore è certamente marginale anche se in costante crescita) e contiamo di incrementare il nostro posizionamento su questo mercato.

**Tosoni.** Non abbiamo attualmente in catalogo e-book a pagamento, mentre invece sull'Open access possiamo contare su una piattaforma collaudata – l'archivio istituzionale di Ateneo OpenStarTS – di cui si garantiscono le funzionalità in termini di archiviazione permanente, indicizzazione e interoperabilità con altri archivi istituzionali, recupero dei documenti da parte dei principali motori di ricerca web, manutenzione della piattaforma, ecc. Non è escluso che i progetti di sviluppo delle Eut prevedano in un futuro non lontano anche gli e-book a pagamento, per quanto siamo convinti che la diffusione della comunicazione scientifica debba essere quanto più ampia possibile, a maggior ragione se finanziata dalle università con fondi pubblici. Anche per questo i prezzi di copertina dei nostri libri sono decisamente contenuti: l'obiettivo è quello di coprire i costi e di consentire l'avvio di altri progetti editoriali, ma anche di rendere conveniente l'acquisto del libro rispetto alla sua fotocopiatura.

**Zamparo.** Non abbiamo ancora titoli in formato e-book, anche se stiamo seguendo con molta attenzione gli sviluppi di questo tipo di mercato: anche questo è un fronte su cui ci dovremo, prima o poi, confrontare.



**Cesati.** Non abbiamo ancora e-book nel nostro catalogo e non penso che nell'immediato futuro ne avremo, almeno in forma diretta. Certamente appoggeremo alcuni nostri volumi (penso agli atti di congressi) su piattaforme digitali specializzate in Italia e all'estero.

**Migliaccio.** Il mercato editoriale universitario tranne che, come dicevo prima, nel caso dei periodici scientifici, è ancora algi-

do nei confronti del libro elettronico. Per questo motivo noi non abbiamo ancora avvertito la necessità di investire in questo campo poiché rappresenta una fetta di mercato ancora troppo esigua.

**Mottola.** E' evidente che il mercato universitario conoscerà a breve grandi cambiamenti a causa dell'avvento dell'e-book (che Vita e Pensiero pubblicherà in maniera significativa nel corso del 2011). Infatti, il libro accademico (nella sua versione sia didattica sia di ricerca) si presta in modo particolare alla lettura su supporto elettronico. La tendenza sarà ancora più marcata quando la generazione dei nativi digitali comincerà tra qualche anno a fare il suo ingresso in università. Allora sarà necessa-



rio ripensare approfonditamente i manuali, che non potranno più essere i libri che conosciamo oggi. L'autorialità dovrà confrontarsi con questi nuovi soggetti e le loro inedite modalità di apprendimento, per potere generare una strumentazione davvero nuova. (Interviste a cura di I. Barbisan)