

# UNO SGUARDO ALLA NUOVA ECONOMIA DEL LIBRO: MA NON È FANTASCIENZA

Mi occupo di editoria da oltre 40 anni. Ho diretto alla fine degli anni 60 il “Giornale della Libreria”, organo ufficiale degli editori italiani. Ho fondato due case editrici e lanciato molti giovani autori. Ho vissuto tutte le fasi evolutive delle tecnologie di stampa che hanno assunto l’aspetto di una vera e propria mutazione epocale: dalle vecchie Linotype che fondevano le righe di piombo - quando ancora i computer erano dei mostri giganteschi che solo la Nasa poteva permettersi, la televisione era appena nata e i desktop-publishing dovevano ancora venire alla luce - fino all’attuale rivoluzione digitale. Sembra che siano passati secoli: e invece si tratta di un arco di tempo di soli vent’anni. E l’accelerazione evolutiva è solo all’inizio.

Prevedere ciò che sarà domani è dunque un imperativo categorico dei nostri tempi, una necessità reale sia per il mondo dell’economia ma, vorrei dire, soprattutto per la cultura, anzi per le culture, oggi messe a rischio dalla globalizzazione e dal cosiddetto mass-market. Proviamo dunque a immaginare insieme, con un piccolo sforzo di fantasia, lo scenario editoriale così come potrebbe apparire, in tempi non lontani, a partire da quella che giustamente è stata definita “la nuova economia del libro”. Naturalmente è un gioco: ma credo che servano assai più i giochi come didattica dell’apprendimento che non tanti seriosi studi sociologici.

E dato che siamo nel campo dell’immaginario (che è diverso dal “virtuale”), immaginiamo addirittura di calarci di volta in volta in occhi diversi: quelli dell’editore, del distributore, del libraio, del bibliotecario, per guardare da quello specifico punto di visuale la nuova realtà editoriale, cioè **il nuovo modo di fabbricare, distribuire, e fruire il prodotto “libro”, indipendentemente dal suo aspetto e dalla sua caratterizzazione merceologica.**

## *Il punto di vista dell'Editore*

“Siamo una piccola/media casa editrice di cultura. Pubblichiamo mediamente dai 6 ai 10 libri al mese, uno ogni due/tre giorni lavorativi.

Disponiamo di una redazione di 3 persone oltre a un grafico con funzioni di web-master, a un responsabile commerciale e a una ragioniera. In totale siamo 6 persone. Ogni redattore dispone di una propria stazione di computer collegata in rete con tutte le altre, compreso il PC che governa il nostro sito Internet.

I libri da fare ci arrivano normalmente su dischetti Word, ma sempre più spesso direttamente per e-mail.

Come programmi di impaginazione i nostri redattori usano Xpress o Frame-maker. Hanno faticato un po' a imparare bene i programmi, sotto la guida del redattore più esperto, ma era necessario.

Oggi abbiamo dato il “visto si stampi” all'ultimo titolo prodotto e il redattore cui era affidato ha fatto il PDF del testo; il web-master l'ha inserito sul nostro sito fra le novità del mese, poi ha trasmesso il file al sito distributivo [www.italianbooks.com](http://www.italianbooks.com).

Negli ultimi tempi abbiamo iniziato a inserire nelle note, dove necessario, dei link a siti web di approfondimento di quel particolare argomento per il quale la nota si rendeva necessaria. Anche la tradizionale “bandella” o quarta di copertina comprende ormai dei link che rimandano a siti web di approfondimento del tema del libro o a siti dedicati all'autore. Cliccandoci sopra il lettore si trova immediatamente “trasportato”, in tempo reale, ovunque sul pianeta ci si occupi del nostro tema. Poi può tornare al nostro libro.

Le nostre caselle di posta elettronica registrano quotidianamente le richieste di informazioni da parte dei lettori ([info@editore.it](mailto:info@editore.it)), il flusso di proposte di nuovi libri che ci provengono dagli autori ([redazione@editore.it](mailto:redazione@editore.it)), ma soprattutto le richieste di acquisto che ci provengono per il tramite del distributore o direttamente da singoli lettori o abbonati al nostro sito ([compra@editore.it](mailto:compra@editore.it)). Sempre l'ordine di acquisto ci precisa se il compratore vuole solo l'invio

del file di testo in formato PDF sulla scrivania del proprio computer (home-printing) o se ci chiede di fargli avere una copia cartacea stampata in digitale (print-on-demand). Nel primo caso tutto è automatizzato: il nostro programma di e-commerce verifica on-line la bontà della carta di credito i cui dati erano stati inclusi nel form di ordine del cliente, poi “preleva” il file interessato e lo spedisce via e-mail sulla sua scrivania. In genere sono studenti o ricercatori quelli che prediligono questo tipo di acquisto, motivato il più delle volte da una esigenza di documentazione molto mirata che si avvale delle straordinarie caratteristiche del PDF, un rivoluzionario formato di trasmissione dei file di testo già perfettamente impaginati come nel libro finito, immagini incluse; che consente di “navigare” all’interno dei vari capitoli e paragrafi del libro “virtuale” e soprattutto rende possibili ricerche anche per parola-chiave. Un vantaggio non indifferente dell’home-printing, bisogna pur dirlo, è il suo bassissimo costo: mediamente 6 volte inferiore a quello di una normale copia stampata, sia tipografica che digitale.

Quando il cliente ci ordina una copia cartacea, scatta il programma che noi chiamiamo la fase avanzata del “print-on-demand”: il computer seleziona automaticamente dal nostro data-base lo stampatore digitale più prossimo al luogo o alla città di residenza del nostro cliente, ed è a questo che automaticamente viene spedita in FTP il file PDF: in parole povere noi entriamo per così dire direttamente nella stampante digitale del nostro fornitore e “ci mettiamo in fila” in attesa del nostro turno di stampa. Il server della stampante ci indica un tempo approssimativo di attesa e se questo fosse superiore alle 24 ore ci consiglierebbe di cercare un altro stampatore. È evidente che nel caso delle novità del mese questo lavoro di ricerca degli stampatori localizzati direttamente nelle città ordinanti è particolarmente laborioso, ma utilissimo. Agli esordi del “print-on-demand” infatti le copie ordinate venivano tutte convogliate verso uno dei pochi stampatori digitali dotati di grandi macchine a bobina e di qui venivano poi spedite con i tradizionali mezzi postali o per corriere verso i luoghi di destinazione. Ma proprio questo complicato lavoro di “smistamento”

manuale annullava in gran parte i vantaggi della stampa digitale fatta esattamente a misura della domanda, rispetto agli sprechi spaventosi della vecchia economia del libro con tirature valutate a monte e quasi sempre errate (con conseguenti rese nell'ordine del 50/60 e persino 70%): in breve, una costosissima distribuzione fisica, che si ripercuoteva tutta sul prezzo di copertina. Ci sono voluti diversi anni per capire e far capire a tutti gli anelli della catena del libro che il "print on demand" era soprattutto una "rivoluzione distributiva" perché permetteva di stampare il libro sul luogo stesso dove veniva generata la sua richiesta con consegna rapidissima e a basso costo grazie agli ormai diffusissimi pony express. Ogni sera il nostro server principale ci dà il dato riepilogativo degli ordini pervenuti oggi: per singolo titolo e per località di provenienza dell'ordine. E sul monitor si visualizza il grafico della distribuzione nelle due versioni: PDF e "print on demand". Inutile dire che la fatturazione è automatizzata..."

## *Il punto di vista del Distributore*

"Abbiamo deciso di chiamarci [www.italianbooks.com](http://www.italianbooks.com) d'accordo con le Associazioni internazionali degli editori per rendere immediatamente semplice la ricerca e l'ordine dei libri a livello internazionale. I nostri colleghi francesi hanno dato vita al sito [www.frenchbooks.com](http://www.frenchbooks.com), gli sloveni [www.slovenianbooks.com](http://www.slovenianbooks.com) e così via. La nostra società è stata costituita dalla vecchia Associazione Editori, dall'Associazione Bibliotecari, dall'Associazione Librai e dai maggiori ex-Distributori tradizionali di libri.

Siamo "distributori", non "librai". Non abbiamo nulla a che vedere con il nostro più celebre "antenato", il famoso "amazon.com", la più grande libreria virtuale del mondo: vale a dire, noi non spediamo libri "fisici", siamo piuttosto un colossale ufficio di smistamento degli ordini che ci pervengono da qualunque committente (libreria, biblioteca, istituto universitario, privati

clienti) con sconti ovviamente differenziati in base agli accordi di categoria. Siamo, se preferite, la fase operativa avanzata dell'ISDN, l'International Standard Book Numbering, che potremmo definire la carta d'identità dei libri. Tutta la distribuzione avviene in maniera "virtuale": la parte fisica e la consegna dei libri cartacei avviene avvalendosi della rete periferica degli stampatori digitali. Ecco come funziona.

I singoli editori fanno confluire al nostro grande portale, quotidianamente, le proprie *proposte* di novità editoriali in formato elettronico, cioè *non ancora stampate*. Non è importante che gli editori dispongano di un proprio sito, basta che ci mandino la scheda bibliografica, la copertina, l'indice e l'incipit della novità via e-mail in formato PDF.

Quotidianamente, via Internet, le singole librerie, le biblioteche, gli istituti universitari, le aziende, i privati, consultano via Internet le novità del giorno e ce le ordinano nelle quantità desiderate, con doppia possibilità di acquisto: *Home printing* e "*print on demand*". Naturalmente chiunque, quotidianamente, può consultare sui nostri "scaffali virtuali" tutta la produzione pregressa: tutti i titoli presenti in catalogo sono ordinabili in qualsiasi momento, giorno per giorno. Tutti gli ordini pervenuti vengono trasmessi *automaticamente* ai rispettivi editori i quali, perfezionata la transazione economica con i rispettivi committenti nella formula di E-commerce prescelta, provvedono poi all'evasione quotidiana degli stessi: inviando cioè i testi prenotati in formato elettronico direttamente al comuter dell'ordinante, e quelli ordinati come copia cartacea stampata "*on demand*" agli stampatori digitali più prossimi al committente (ovvero stampati dall'editore e spediti normalmente per posta).

Il form utilizzato per la trasmissione dell'ordine all'editore è il frutto di un accordo internazionale e calcola automaticamente la provvigione che ci spetta per il nostro servizio di distribuzione virtuale. In realtà il nostro non è che un gigantesco motore di ricerca basato sui codici ISBN e su un data-base molto sofisticato che consente la ricerca per titolo, autore, argomento, parola chiave, data di pubblicazione ecc. e naturalmente la visualizzazione immediata delle copertine, dell'indice e, volendo, del primo capitolo.

Il “costo” del nostro servizio di “distribuzione virtuale” è pertanto infinitamente più basso di quello che veniva normalmente praticato quando il distributore doveva sostenere i costi giganteschi di grandi magazzini fisici che impiegavano decine di persone per la movimentazione dei titoli e soprattutto per la gestione e contabilizzazione delle rese.

Oggi, il costo di distribuzione deve semplicemente coprire i costi di gestione dell’unico sito nazionale e dell’aggiornamento del software... ”

## *Il punto di vista del Libraio*

“Diciamo la verità: abbiamo avuto una paura fottuta che il web e l’esempio di amazon.com (la più grande libreria virtuale del mondo) avrebbe sancito la morte della libreria. Se uno poteva farsi spedire un libro in carne ed ossa, per così dire, comodamente a casa, per di più scontato, perché mai avrebbe dovuto scomodarsi per venire in libreria? Per di più, negli ultimi tempi, eravamo diventati come degli ipermercati che vendevano “a bancale” i pochi titoli impostici dai grandi editori: livello culturale, il più delle volte, infimo. L’indice di rotazione, cioè la velocità con cui si vendeva un titolo, era diventato la bibbia che guidava i nostri residui criteri di scelta. Erano ormai più i libri a cui dicevamo di no a priori - “questo non lo possiamo tenere, chi vuoi che lo compri, ci porta via dello spazio inutilmente” – di quanti ci decidevamo a tenere: e anche di questi ne rendevamo ormai il 60/70% all’editore. Ma è anche vero che poi eravamo costretti a dire a sempre più clienti (negli ultimi tempi oltre il 30%!): “spiacente, non abbiamo il libro che ci chiede”, e spesso eravamo costretti ad inventarci una frottola, “è esaurito”, oppure “l’editore non ce l’ha mandato”. Ordinarlo al distributore avrebbero impiegato una eternità a mandarcelo, col minimo di sconto; telefonare all’editore neanche pensarci, più le spese di telefono e di posta del margine di beneficio!

Chi avrebbe mai immaginato che Internet sarebbe stata la salvezza della libreria?

La verità è che non avevamo capito bene cosa volesse dire “stampa digitale” e soprattutto “print on demand”. Oggi sembra l’uovo di Colombo ma capirlo non era così evidente.

La nostra libreria continua oggi a vendere i best-seller e gli hardcover che occupano anzi la maggior parte del nostro spazio, ma abbiamo praticamente abolito il reparto paperback. Abbiamo invece installato una decina di postazioni Internet dove i nostri clienti possono ordinare qualunque titolo sia mai stato pubblicato al mondo ordinandolo tramite un “form” predisposto già con l’installazione della nostra libreria e l’indirizzo del cliente: il quale paga in anticipo alla cassa il prezzo di copertina del libro richiesto che poi riceverà comodamente a casa, col suo personale ex-libris stampato in frontespizio e con il marchio della nostra libreria in quarta!

Quanto a noi l’editore ci accredita automaticamente il 10% del prezzo di copertina come provvigione per procurata vendita: per noi è meno del vecchio 30% di sconto, ma non facciamo nessuna fatica, non occupiamo alcuno spazio, e il prezzo di vendita è diventato molto più accessibile per il lettore finale che è invogliato a comperare assai di più.

Da notare che i libri digitali stampati on demand sono del tutto indistinguibili da un tradizionale paperback: copertina o sovracoperta a colori, come previsto dal catalogo dell’editore, formato differenziato, carta eccellente, leggibilità superiore a quella dei vecchi inchiostri, fresatura perfetta.

Domanda: ma perché il cliente viene a ordinare quel libro in libreria invece di ordinarselo comodamente dal computer di casa sua? Semplice: perché la maggior parte della popolazione, in particolare quella studentesca, non dispone ancora di una carta di credito per la transazione di e-commerce, e gli sarebbe troppo complicato dover andare alle poste per fare un vaglia postale!

Ma la vera rivoluzione è arrivata con la piccola stampante digitale che abbiamo comperato, con piccola rilegatrice in linea: si chiama “Instantbook”, è grande come una fotocopiatrice e costa poco di

più. Il cliente digita sul monitor, permanentemente “sintonizzato” sul sito [www.slovenianbook.com](http://www.slovenianbook.com) il libro che gli interessa, e in pochi minuti la macchina scarica in PDF, stampa e rilega il suo testo, praticamente senza quasi che il nostro commesso debba intervenire!

All’inizio temevamo molto di doverci trasformare in tipografi, ma in realtà tutto è più semplice di quanto avremmo immaginato.

Certo i libri escono tutti nello stesso formato A5; certo le copertine sono in bianco e nero; certo la macchina bisogna nutrirla di toner... ma il servizio di “pronta consegna” sta avendo un buon successo.

Questa piccola macchina digitale ci ha anche spalancato una inedita opportunità: quella di ridiventare, con una piccola stazione grafica affidata a un nostro cliente ‘smanettatore’, librai-editori.

Molti nostri clienti avevano infatti uno o più manoscritti nel cassetto, ma non avrebbero mai trovato un editore disposto a pubblicarglieli, sia per il livello qualitativo, ma soprattutto per il tipo di argomento o la limitatezza della potenziale nicchia di interesse: studi di micro-storia locale, piccoli sussidi didattici, il libro di poesie da regalare agli amici per Natale, la ex-dispensa universitaria; e chi più ne ha più ne metta! Il bello è che spesso vendiamo di questi libricini fatti in autoproduzione - e stampati all’istante in piccolissima tiratura, a bassissimo costo - più copie di un best seller! Quale autore non ha nella propria città, nel proprio quartiere, un centinaio di amici, parenti, estimatori...?”

## *Il punto di vista del Bibliotecario*

“Com’è cambiata la biblioteca negli ultimi anni! Da polverosa caverna dedicata alla conservazione dei libri ritenuti “importanti” e alla loro consultazione fisica da parte soprattutto di studenti poveri e dei classici “topi di biblioteca” è davvero diventato il più moderno centro di aggregazione culturale della città.



Aggregazione culturale vuol dire luogo deputato non solo alla documentazione e consultazione, ma anche alla promozione dell'informazione in senso lato come condizione di ogni moderna democrazia. Questa radicale trasformazione è iniziata da un "piccolo" avvenimento che era passato quasi inosservato: la prima convenzione fra editori e sistema bibliotecario per l'utilizzo della rete internet come mezzo di comunicazione on line delle notizie bibliografiche relative alle novità librarie. Il modulo per la corretta classificazione dei nuovi titoli era stato concordato e studiato attentamente. L'editore lo compilava al momento stesso di trasmettere all'ufficio competente il modulo per l'attribuzione dell'ISBN al proprio libro: la segnalazione veniva rapidamente verificata dai responsabili del sistema bibliotecario e subito passata dentro il motore di ricerca ISBN. Già questo piccolo fatto ha risparmiato al sistema bibliotecario molte migliaia di ore di lavoro che erano fino a prima assorbite da singoli funzionari che singolarmente, biblioteca per biblioteca, schedavano il libro in questione dovendolo spesso consultare fisicamente per capire con precisione di quale argomento trattava. Come se non fosse più facile questo lavoro affidato al lavoro del redattore della casa editrice che lo aveva curato! Non solo: ma da questa convenzione ogni biblioteca disponeva della totalità di accurate schede bibliografiche, non solo quelle relative ai libri che la singola biblioteca aveva deciso di acquistare. Problema arduo data la limitatezza delle risorse, la necessità di tener conto delle esigenze della propria utenza, e, last but not least, l'altissimo prezzo di copertina la cui massima componente riguardava i costi di distribuzione: e lo sconto alla biblioteca veniva negoziato di volta in volta magari col libraio sotto casa... Da questo piccolo avvenimento in avanti la selezione dei libri più interessanti è avvenuta come una normale ricerca per parola chiave su uno straordinario motore di ricerca che ci dava tutte le informazioni necessarie.

Il passo successivo è venuto con il raggiunto accordo relativo all'invio da parte degli editori di una copia virtuale del proprio titolo nell'ultima versione PDF prodotta da Adobe. Questa particolare versione consentiva infatti lo scarico del file di testo perfet-

tamente impaginato ma non ne consentiva il riutilizzo se non facendo scattare un contatore con comunicazione automatica al legittimo possessore dei diritti d'autore. In questa maniera si eliminò il più consistente ostacolo che si frapponeva alla costruzione di uno scaffale virtuale in biblioteca: gli editori infatti temevano, fornendo una copia elettronica del proprio testo, di essere spossessati da ogni controllo sui propri diritti d'autore nella misura in cui fosse stato possibile consultare quel testo in maniera gratuita da parte dell'intero sistema bibliotecario e da parte dei lettori. Il sistema attuale garantisce invece totalmente questo diritto poiché tiene conto automaticamente di ogni "down load" del testo che viene automaticamente "pagato" all'editore con le forme più raffinate di transazione on line.

L'ultima piccola rivoluzione è avvenuta quando finalmente il diritto d'autore si è cominciato a computare a pagina consultata o scaricata. Pochi centesimi di Euro per ogni consultazione: infinitamente meno di quanto costava nei tempi antichi tutto l'iter procedurale di compilazione della scheda, ricerca del volume, consegna dello stesso, ecc. Oggi l'aspetto fisico della biblioteca è quello di una modernissima sala multimediale con dozzine di postazioni di computer e un moderno impianto di stampa digitale per la stampa on demand nel caso in cui ci venga richiesta una copia cartacea.

C'è un'ultima straordinaria novità che è scaturita dalla rivoluzione digitale collegata col web: ed è il nostro ritrovato ruolo editoriale. Si trattava infatti di capire come valorizzare quello straordinario patrimonio di libri antichi e introvabili, spesso in copia unica, che la nostra biblioteca ha in dotazione, e che sono il frutto di accumulazioni secolari. Fino a ieri questo patrimonio era di fatto sconosciuto, tenuto sotto chiave, e a disposizione di pochissimi ricercatori. Alcuni editori raffinati si avventuravano ogni tanto in quel territorio esclusivo dei fac-simile d'arte che riproducevano antichi codici miniati ed erano commercializzati a prezzi da capogiro. Oggi la nostra biblioteca ha ormai all'attivo alcune centinaia di codici e testi rari scannerizzati con le tecniche più sofisticate e messi on line a disposizione di tutto il mondo sul nostro si-

to internet: un vero e proprio sito editoriale. Ogni anno la direzione della biblioteca stabilisce un vero e proprio piano editoriale decidendo quali titoli “recuperare” dal nostro fondo. Questo lavoro è accompagnato da una vera e propria cura filologica e da uno studio redazionale affidato ad un nostro ricercatore che appare come saggio introduttivo al nostro fac-simile virtuale. Le edizioni on line di questi fac-simili sono ovviamente per la sola consultazione video, ma esiste anche la possibilità di trasmettere in remoto file ad alta risoluzione per la loro stampa digitale a colori. E si può affermare che oggi una stampa digitale a colori ha la stessa assoluta qualità delle migliori stampe offset! Citerò a titolo di esempio il caso particolare della nostra biblioteca che dispone di molte partiture musicali rare che hanno suscitato un enorme interesse nell’intero mondo dei musicofili: solo per quest’aspetto il nostro sito è visitato quotidianamente da migliaia di conservatori sparsi in tutto il mondo. Non mi rimane che un’ultima annotazione: che differenza passa ormai fra la nostra biblioteca e una libreria, visto che entrambi siamo in grado di fornire e vendere stampe digitali dei libri che ci vengono richiesti? La risposta è semplice: le librerie sono sempre più diventate delle catene a grandi superfici che dedicano il 90% del proprio spazio alla produzione cartacea tradizionale destinata al consumo di massa; solo alcune di esse hanno approntato delle postazioni internet per l’ordine on demand della maggior parte dei libri non fisicamente presenti nella libreria. E ancora meno sono le grandi librerie che si sono dotate di una macchina da stampa digitale di prestazioni adeguate.

Il sistema bibliotecario è viceversa capillarmente distribuito su tutto il territorio nazionale: non c’è piccolo centro che non disponga di una biblioteca, e non c’è biblioteca che non sia strettamente collegata con le scuole di ogni ordine e grado. Dunque, solo la biblioteca è in grado di rappresentare quella ramificazione di cellule culturali che sono vitali alla cultura di ogni singolo aggregato umano e soprattutto di ogni singola scuola. È dalla biblioteca che i giovani professori sono in grado di fare le proprie ricerche sui siti degli editori scolastici facendo il proprio “cash and carry”, o se preferite la propria “compilation” del libro sco-

lastico più corrispondente al proprio progetto didattico che tiene conto della particolare caratterizzazione dei propri allievi.

È la più eccitante fra le novità indotte dalla rivoluzione tecnologica: il libro di testo fatto “a misura” di ogni singola classe, anche se pur sempre nell’ambito delle disposizioni emanate dal Ministero della Pubblica Istruzione. Il bibliotecario ha avuto questa delicatissima funzione di affiancare, consigliare e sorreggere gli insegnanti in questa loro riappropriazione di una loro autonomia didattica che non fosse solo una banale formula burocratica...”

## *Conclusioni*

Credo che il gioco di fantasia possa terminare qui. Spero sia servito a far balenare come potrebbe essere il mondo della nuova economia del libro a partire dalle innovazioni tecnologiche già oggi in atto.

Quanto tempo ci separa dal momento in cui questa fantasia potrà diventare realtà? È molto difficile a dirsi. Ma una cosa è chiara: gli ostacoli non sono di ordine tecnologico; sono nelle resistenze frapposte da chi ha interesse a difendere lo statu quo. Uno statu quo basato su irrazionalità e sprechi che hanno raggiunto limiti davvero non più tollerabili.

Con le tecnologie che sinteticamente potremmo definire di print on demand scompare la necessità di fissazione delle tirature dei libri “a monte” del mercato, basate sul tradizionale “fiuto”, o sulla banale comparazione con dati statistici pregressi, o su tecniche puramente impositive degli apparati commerciali: il mercato, o meglio i molti mercati del libro (scientifico, di evasione, letterario, tecnico) commissionano *quotidianamente* il prodotto di proprio interesse prima che questo venga stampato. Nessun investimento tipografico a monte; scompare quella jattura (illegale) che si chiama “diritto di resa” ; si supera il “collo di bottiglia” distributivo determinato dall’eccessivo numero di titoli proposti al mercato rispetto alla di-

mensione del circuito librario destinato a riceverlo: grazie a Internet il mercato ridiventa globale, vario, di nicchia, di documentazione, e soprattutto potenzialmente mondiale; tutti i libri avrebbero pari opportunità di presentarsi al mercato, rispetto all'attuale ruolo "censorio" delle librerie rispetto ai libri commercialmente più deboli; scompare la logica perversa (per la cultura) di distributori e librai abituati a ragionare solo in termini di "velocità di rotazione del prodotto"; non rischiando in anticipo i maggiori costi tipografici, si riduce drasticamente il break-event di ogni singolo libro, coincidente in pratica coi soli costi di redazione e pre-stampa; e la redazione potrà "inventarsi" nuove e più raffinate modalità di bio-biografie o note di approfondimento in forma di ipertesto linkato direttamente in Internet; scompare il dramma della riduzione del tempo medio di permanenza di una novità in libreria prima di esserne espulsa e condannata al macero: attualmente il tempo medio di vita di un libro è inferiore al mese. In Internet un libro, nel suo formato elettronico è permanentemente vivo, pronto per essere stampato, sempre consultabile e rintracciabile da motori di ricerca sempre più "intelligenti"; tutti i libri sarebbero permanentemente "disponibili" in libreria, per così dire compressi dentro i computer a disposizione del pubblico che, autonomamente o assistito dal personale di libreria, farebbe la propria ricerca, ordinerebbe il libro desiderato, lo pagherebbe alla cassa e lo riceverebbe comodamente a casa; non essendo più condizionato dalla sua tiratura, e ridivenendo economicamente reddituali anche tirature molto piccole, scompare l'attuale rincorsa al "libro spazzatura" tipico delle logiche di mass-market: si assisterà cioè ad una ripresa di vigore del libro di cultura, universitario e di ricerca.

Scenario utopico? Certamente no, se è vero che lo stesso Consiglio d'Europa invita i Governi a cambiare la propria politica del libro a favore del Print on demand e lancia lo slogan: "LIBERTÀ DI PUBBLICARE (ON DEMAND) LA PROPRIA DIVERSITÀ CULTURALE".