

Zornas greco

Nel panorama editoriale italiano, la classifica dei libri più venduti è spesso considerata un termometro del gusto collettivo. Ma cosa misura davvero? La qualità letteraria o la potenza della macchina promozionale? Il talento narrativo o la presenza mediatica dell'autore? Il dubbio che assale molti lettori attenti è legittimo: i libri si vendono perché sono validi o perché sono visibili?

□ Il mercato editoriale: numeri e tendenze

Secondo il Rapporto 2024 dell'Associazione Italiana Editori (AIE), il mercato del libro in Italia ha registrato un valore complessivo di 3,439 miliardi di euro, con una leggera crescita rispetto all'anno precedente (+1,1%). Tuttavia, il segmento "trade" - ovvero narrativa e saggistica vendute in librerie, online e grande distribuzione - ha mostrato segni di stagnazione, con un calo dello 0,1% nei primi sei mesi del 2024.

La concentrazione delle vendite è significativa: i primi 100 titoli rappresentano circa il 9,4% del mercato a valore e l'8,7% a copie. Questo significa che una piccola élite di libri domina le classifiche, mentre migliaia di titoli restano ai margini.

□ L'effetto vetrina: quando la TV vende più della

trama

Una tendenza evidente è la presenza massiccia di autori provenienti dal mondo televisivo, giornalistico o dello spettacolo. Personaggi noti - conduttori, influencer, opinionisti - pubblicano libri che, grazie alla loro visibilità mediatica, scalano rapidamente le classifiche. Il fenomeno non è nuovo, ma si è accentuato con l'ibridazione tra contenuto editoriale e marketing personale.

La promozione incrociata tra TV, social media e librerie crea un ecosistema favorevole alla vendita, dove il libro diventa estensione del personaggio. In questo contesto, la qualità letteraria può passare in secondo piano rispetto alla notorietà dell'autore.

□ Il ruolo dell'editore: tra scouting e strategia

Gli editori, dal canto loro, si trovano spesso a bilanciare due esigenze: sostenere la qualità e garantire la sostenibilità economica. Investire su un autore noto riduce il rischio commerciale, mentre promuovere uno scrittore emergente richiede tempo, risorse e pazienza.

Le grandi case editrici dispongono di budget per campagne pubblicitarie, presentazioni nei festival, interviste sui media. I piccoli editori, invece, si affidano al passaparola, alle fiere locali, ai social. Il divario è evidente, e spesso penalizza chi non ha "santi in paradiso".

□ Lo scrittore di periferia: talento invisibile?

Molti autori validi, lontani dai circuiti mainstream, faticano a emergere. Scrittori di provincia, poeti indipendenti, narratori sperimentali producono opere di

grande valore, ma restano confinati in un territorio limitato. La mancanza di accesso ai canali distributivi nazionali, ai media e alle librerie di catena rende difficile la scalata.

Eppure, esistono esempi virtuosi: premi letterari indipendenti, riviste culturali, blog specializzati che danno spazio a voci nuove. Anche il digitale ha aperto strade alternative, con l'auto-pubblicazione e le piattaforme di lettura condivisa.

□ Qualità vs quantità: il giudizio del lettore

Il lettore, oggi più che mai, è chiamato a esercitare un ruolo attivo. Non basta affidarsi alle classifiche: serve curiosità, spirito critico, desiderio di esplorare. La qualità di un libro non si misura solo dalle copie vendute, ma dalla profondità del contenuto, dalla bellezza della scrittura, dalla capacità di lasciare un segno.

Molti bestseller sono anche ottimi libri. Ma non tutti i buoni libri diventano bestseller. La distinzione è sottile, e spesso invisibile.

□ Conclusione: verso un'editoria più equa?

Il problema non è la visibilità, ma la sua distribuzione. Un sistema editoriale sano dovrebbe garantire spazio a tutti: ai volti noti e agli autori sconosciuti, ai libri di intrattenimento e a quelli di ricerca, ai romanzi commerciali e alla poesia.

Serve un patto culturale tra editori, media, librerie e lettori. Un patto che riconosca il valore della diversità, che promuova la qualità senza dimenticare il mercato, che dia voce anche a chi scrive lontano dai riflettori.

Perché ogni libro merita almeno una possibilità. E ogni lettore merita di scoprire qualcosa che non era già in vetrina.

