

## L'editoria italiana salvata dalle...Peppe Pig!



Per mesi stazionano ai vertici delle classifiche, i bambini li adorano, li comprano in libreria (o, meglio, gli adulti li comparano per loro), li chiedono in prestito in biblioteca. Eppure neanche uno dei libri amati dai più piccoli compare nell'elenco di quelli che piacciono agli esperti e vengono segnalati tra i migliori sul mercato.

La conferma, il giorno dell'inaugurazione della 41ma Fiera del libro per ragazzi di Bologna, arriva dall'annuale indagine sui migliori libri per ragazzi del 2013 - quelli più prestati nelle biblioteche italiane e quelli più venduti in libreria - realizzata da LiBeR, autorevole rivista di critica letteraria e osservatorio dei fenomeni che interessano i libri di questo settore. Snobismo dei critici o invisibilità di quanti non si rassegnano alla serialità, alle mode o al facile intrattenimento spesso alimentato dai cartoon? Spiega il direttore **Riccardo Pontegobbi**: "Sembra proprio che l'editoria nazionale sia salvata dalle peppe pig, dagli stilton e dalle schiappe che con i loro grandi numeri hanno spinto il mercato dei ragazzi al +3,1 per cento, mentre il mercato complessivo del libro ha perso il 6,5 per cento. Del resto la macchina della serialità sta andando forte. I primi cinque posti della classifica dei prestiti in 400 biblioteche italiane sono occupati da altrettanti volumi della serie della Schiappa. A ridosso troviamo la maialina Peppa e il topo Stilton. E la massificazione dei gusti è confermata dall'analoga classifica degli acquisti. Stessi volumi, stessi personaggi. Niente a che vedere con la lista dei 180 libri che gli esperti, studiosi e osservatori del settore, giudicano migliori per contenuto e stile, e che comprende libri come *Miss Charity* di Marie-Aude Murail, *Il fiume lento* di Alessandro Sanna, *Spiaggia magica* di Crockett Johnson, *Io sono soltanto un cane* di Jutta Richter o *La meravigliosa macchia* di Pietro Corvo firmata da Guido Quarzo".

### SCARTO ENORME

Lo scarto è enorme, come se i due mondi non riuscissero a comunicare. "Molti libri, interessanti e apprezzabili – spiega Pontegobbi – non riescono a bucare la rete della comunicazione, mentre il best seller si impone continuamente, forte del fatto che se ne parla continuamente. E' un fenomeno che alimenta se stesso. Il best seller seriale, spesso ridotto a un brand, a un marchio declinato in diverse forme, dalla maglietta all'astuccio allo zaino, possiede una forza quantitativa tale da intercettare più facilmente il lettore".

A chi gli chiede tre parole chiave per definire le tendenze del mercato dei ragazzi Riccardo Pontegobbi sintetizza, parlando di una produzione sempre più globalizzata, frammentata e targhettizzata. "Sembrano parolacce - scherza - ma non lo sono. Il cinquanta per cento dei libri arriva da ogni parte del mondo. Crescono le collane ma hanno meno titoli e soprattutto perdono in personalità. Infine si produce per target. La fascia 0-6 anni è cresciuta moltissimo mentre si è rarefatta quella dagli 8 ai 10-12 anni. Molto rafforzata invece la produzione rivolta agli over 12 fino ai giovani adulti. Ancora il trionfo del crossover che coinvolge fasce di lettori sempre più ampie, un target alle cui esigenze gli editori cercano di rispondere. E questo influenza stili e

generi. La contaminazione dei linguaggi e l'ibridazione dei generi letterari portate all'eccesso creano miscele indefinibili in cui non c'è più l'avventura, la fantascienza, il poliziesco o lo storico a guidare la proposta editoriale ma tutto questo intrecciato insieme”.

**Rossana Sisti**