

Elisa Quattrini

Non solo best seller

*Gli editori indipendenti
tra precarietà e innovazione*

ISBN: 9788897527145

Prima edizione: novembre 2012

Copyright © *il glifo*, 2012, www.ilglifo.it

National Bibliography Number: urn:nbn:it:ilglifo-9324

Tutti i diritti sono riservati.

Nessuna parte di questa pubblicazione elettronica può essere riprodotta o diffusa se non nei termini previsti dalla legge che tutela il Diritto d'Autore. In particolare, la diffusione di copie attraverso internet è diritto esclusivo de *il glifo*: per tutelare questo diritto, ogni esemplare degli ebooks pubblicati da *il glifo* contiene informazioni uniche e criptate che consentono l'identificazione univoca della singola copia in caso di redistribuzione a terzi.

L'acquirente di questa pubblicazione elettronica sottoscrive l'impegno di detenerne copia unicamente per uso personale, consapevole che sia la pubblicazione di copie su qualsiasi sito internet sia la cessione o trasmissione di copie elettroniche a terzi costituiscono illeciti penalmente perseguibili.

Per informazioni relative ai diritti, si veda: www.ilglifo.it/licenze.aspx

Questo saggio è la tesi di laurea dell'autore, discussa presso l'Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia, Facoltà di Scienze della Comunicazione e dell'Economia, corso di laurea magistrale in Pubblicità, editoria e creatività d'impresa, con il titolo *L'editoria italiana tra industria e cultura - il caso degli editori indipendenti*. Relatore: Prof.ssa Antonella De Blasio. Anno Accademico 2011/2012.

Indice

INTRODUZIONE

PARTE I UNO SGUARDO ALL'EDITORIA IN ITALIA: DALLA NASCITA AI NOSTRI GIORNI

- 1 BREVE STORIA DELL'EDITORIA MODERNA IN ITALIA
 - 1.1 *Tra Ottocento e Novecento: la nascita dell'editoria moderna e il suo consolidamento*
 - 1.2 *Dal dopoguerra alla fine degli anni Settanta: un periodo di fervore intellettuale e di rinnovamento*
 - 1.3 *Gli ultimi due decenni del Novecento: verso un'editoria di massa*
 - 1.4 *Gli anni Duemila: verso un'editoria senza editori?*
- 2 IL PANORAMA EDITORIALE ITALIANO: ALCUNI DATI STATISTICI
 - 2.1 *Crisi e crescita del fatturato*
 - 2.1.1 *La ripartizione geografica degli editori*
 - 2.2 *Produzione e tiratura*
 - 2.2.1 *Cosa si pubblica*
 - 2.3 *Italiani: un popolo di non lettori*
 - 2.3.1 *La ripartizione geografica dei lettori*
- 3 L'EDITORIA DI OGGI: TRA CONCENTRAZIONE E FRAMMENTAZIONE
 - 3.1 *Concentrazioni e acquisizioni nel settore del libro*
 - 3.1.1 *Tre esempi emblematici: Mondadori, RCS e GeMS*
 - 3.2 *La creazione di un oligopolio editoriale*
 - 3.2.1 *Il controllo di tutta la filiera*
 - 3.2.2 *Si pubblicano libri come si producono yogurt*
 - 3.2.3 *Marketing e bibliodiversità*
 - 3.3 *Frammentazione e piccoli editori*
 - 3.3.1 *Le piccole case editrici indipendenti: laboratori per l'innovazione*

PARTE II GLI EDITORI INDIPENDENTI DI PROGETTO: TRA SFIDE QUOTIDIANE E OPPORTUNITÀ

- 4 FISIONOMIA DELL'EDITORE INDIPENDENTE DI PROGETTO
 - 4.1 *Progetto e obiettivi di ricerca*
 - 4.1.1 *Metodologia e strumenti*
 - 4.2 *L'editore indipendente di progetto: un tentativo di definizione*
 - 4.3 *L'importanza di un'identità specifica*
 - 4.4 *Letterati, ma non solo*
 - 4.5 *Editori in cerca di lettori*
- 5 UNA QUESTIONE CONTROVERSA: LA REGOLAMENTAZIONE DEL PREZZO DEL LIBRO
 - 5.1 *Evoluzione storica*
 - 5.2 *Il caso italiano*
 - 5.3 *Il dibattito sulla legge Levi*
 - 5.3.1 *Editori e librai: svantaggiati o tutelati dalla nuova legge?*
- 6 QUALE FUTURO PER L'EDITORIA INDIPENDENTE DI PROGETTO?
 - 6.1 *Essere editori indipendenti oggi*
 - 6.2 *Unirsi per resistere*
 - 6.2.1 *L'esempio di Schiffrin e il caso dell'editoria norvegese*
 - 6.3 *Una nuova sfida: l'editoria digitale*
 - 6.3.1 *La ridefinizione del prodotto-libro*
 - 6.3.2 *Gli ebook trasformano l'editoria*
 - 6.3.3 *Nuove opportunità per gli editori indipendenti di progetto?*

PER UN'EDITORIA FATTA ANCORA DA EDITORI

APPENDICE A – TRACCIA DELLE INTERVISTE

BIBLIOGRAFIA

Articoli

Sitografia

RINGRAZIAMENTI

QUARTA DI COPERTINA

ELISA QUATTRINI

Introduzione

Nonostante il punto di vista rigidamente (e riduttivamente) merceologico di taluni, i libri non sono sacchi di cemento, non sono fustini di detersivo, non sono vasetti di yogurt.

I libri sono il veicolo per la diffusione di idee, di cultura, di critica, di approfondimento.

Sono il mezzo attraverso cui si esprime la vitalità culturale di un paese, la possibilità stessa di generare alternative, di comunicare una ricchezza di pensiero¹.

È a partire da questa definizione che ho iniziato a riflettere sul duplice aspetto del libro, sul suo essere al contempo un bene economico e un bene culturale. Il libro è una merce particolare: è un prodotto a tutti gli effetti, ma al contempo possiede un valore sociale speciale, un'altissima utilità collettiva. Per questo dovrebbe essere salvaguardato da tutte le distorsioni che possono compromettere la sua funzione.

Da questa premessa ha preso avvio il mio lavoro di ricerca, che ha l'obiettivo di dimostrare come nel settore del libro si siano sviluppate molte attività che non seguono logiche puramente economiche, ma che innanzitutto favoriscono le manifestazioni culturali indipendenti e di progetto, una scelta che andrebbe favorita e tutelata.

A tale scopo ho scelto di esplorare dall'interno l'universo silenzioso ma estremamente vivace di quelli che Colleu (2008) definisce "editori indipendenti di progetto", ovvero quei soggetti del mondo del libro che hanno fatto dell'indipendenza e della ricerca le loro scelte professionali e di vita. Dunque il primo passo è stato quello di raccogliere le testimonianze di questi professionisti, focalizzando l'attenzione sulle loro esperienze e sui loro progetti, sulle loro difficoltà e sulle loro opinioni.

Dopo avere stabilito gli obiettivi della ricerca, ho deciso di articolare il mio studio in due parti principali: 1) la ricostruzione, attraverso materiale bibliografico, dello scenario riguardante l'editoria moderna italiana, a partire dalla sua nascita fino ai giorni nostri; 2) un approfondimento qualitativo delle questioni legate all'editoria indipendente di progetto, al fine di analizzare concretamente esperienze, difficoltà e sfide di questi professionisti del libro che faticano a rendersi visibili e, spesso, persino a sopravvivere. Le riflessioni presenti in questa seconda parte si basano sui dati forniti da alcuni protagonisti dell'industria editoriale, sulle informazioni presenti sui siti professionali dedicati all'editoria, su articoli di giornale, atti di convegni, e sul materiale raccolto durante la mia partecipazione a *Buk – Festival della Piccola e Media Editoria*. Per far emergere le peculiarità dell'editoria odierna, all'interno dei vari capitoli ho inoltre inserito alcune parti delle mie interviste ad alcuni editori indipendenti di progetto.

¹ Leggiamo questa riflessione di Anita Molino nella prefazione al testo *Proteggere il libro. Risvolti culturali, economici e politici del prezzo fisso* di Markus Gerlach (2010).

La prima parte del lavoro occupa tre capitoli, utili per definire la cornice nella quale gli editori di oggi si muovono e agiscono. Nello specifico, il primo capitolo delinea sinteticamente la storia dell'editoria moderna in Italia che, nata nell'Ottocento e consolidatasi nel corso del Novecento, in questo momento è soggetta a nuove e sempre più rapide trasformazioni. Nel secondo capitolo vengono riportati alcuni dati statistici riguardanti l'editoria italiana, i suoi fatturati, la localizzazione degli editori sul territorio nazionale e la loro produzione, senza tralasciare informazioni sulla fisionomia dei lettori. Protagonista del terzo capitolo è invece la crescente divaricazione tra grande e piccola editoria, determinata dalla tendenza delle sigle più importanti a trasformare sempre di più la propria struttura in industria. Il mercato editoriale italiano rispecchia la bipartizione tra concentrazione e frammentazione, con l'esistenza di grandi gruppi editoriali da un lato e la presenza silenziosa ma vivace di una costellazione di medi e piccoli editori indipendenti dall'altro, che non hanno come obiettivo prioritario il profitto, ma la ricerca e la difesa della bibliodiversità.

È su questi soggetti del mondo del libro che si concentra la seconda parte del presente lavoro. Nel quarto capitolo si illustrano gli obiettivi della ricerca e le scelte metodologiche, per poi delineare la fisionomia dell'editore indipendente di progetto, evidenziandone le peculiarità. Questa figura professionale si distingue sia dai grandi gruppi, grazie alla sua scelta di rimanere indipendente, sia da molti altri piccoli editori incompetenti, poiché il suo obiettivo principale è quello di promuovere la ricerca e contribuire allo sviluppo e alla crescita della cultura. Di questa parte dell'editoria, nel corso del capitolo, vengono messi in luce i rischi e le opportunità. Successivamente, nel quinto capitolo, si analizzano le diverse politiche messe in atto per regolamentare il prezzo del libro, in quanto si tratta di una questione controversa che ha spesso diviso gli attori del mercato del libro e, in particolare, ha visto contrapposti grandi e piccoli editori. Nel sesto capitolo, infine, ci si interroga, sulla base dei dati e delle informazioni raccolte, sull'esistenza di un futuro possibile per l'editoria indipendente di progetto. Sono infatti numerose le difficoltà e le sfide che questi soggetti incontrano quotidianamente e alle quali spesso non si trova soluzione. A partire da alcune proposte messe in atto in altri paesi e dai suggerimenti raccolti nel corso delle interviste sono state evidenziate una serie di possibili soluzioni che possono rappresentare un punto di partenza per il futuro di questi editori (e, di conseguenza, della bibliodiversità). Nell'ultima parte del lavoro vengono messi in luce i vantaggi offerti dalla grande novità del digitale, che sta progressivamente modificando il prodotto-libro, il ruolo dell'editore e la filiera editoriale. Il web rappresenta una nuova sfida a cui gli editori non possono sottrarsi e, forse, per i più piccoli questa potrebbe rivelarsi una vera e propria opportunità.

Queste analisi vorrebbero essere uno spunto efficace per iniziare a riflettere sul futuro dell'editoria italiana e, di conseguenza, sul futuro della cultura dell'intero paese.

Parte I UNO SGUARDO ALL'EDITORIA IN ITALIA: DALLA NASCITA AI NOSTRI GIORNI

1 BREVE STORIA DELL'EDITORIA MODERNA IN ITALIA

1.1 Tra Ottocento e Novecento: la nascita dell'editoria moderna e il suo consolidamento

Le prime iniziative editoriali in senso moderno in Italia, come in altri paesi europei ma con forti ritardi rispetto a Francia, Gran Bretagna e Germania, sono riconducibili alla seconda metà dell'Ottocento.

(...)

1.4 Gli anni Duemila: verso un'editoria senza editori?

Si potrebbero definire i primi anni Duemila come l'epoca del «nomadismo editoriale» (Cadioli, Vighini 2004), nella quale si sperimenta uno stato di permanente trasloco mentale e operativo, avventuroso e laborioso per tanti aspetti. Mentre all'editoria tradizionale si affianca quella elettronica e multimediale (tematica che analizzerò in modo approfondito nell'ultimo capitolo), gli autori non sono più legati a una specifica casa editrice e aumentano fusioni e acquisizioni, un fatto sembra ormai assodato: l'editore del nuovo millennio è molto diverso da quello dei decenni precedenti, sia perché ha dovuto assumere una mentalità e un insieme di competenze nuove, sia perché il nuovo tipo di mercato sembra, almeno in apparenza, avere meno bisogno della figura dell'editore tradizionale e avere più bisogno, invece, di manager che gestiscano l'impresa in un'ottica prevalentemente tecnica ed economico-finanziaria. Non è un caso che nel «comitato editoriale» (publishing board) di oggi il ruolo essenziale sia spesso tenuto dai finanziari e dai commerciali.

È indubbio che l'insieme dei cambiamenti avvenuti in questi anni comporta un diverso modo di concepire la filosofia e la gestione delle imprese editoriali, vincolate a rigidi obiettivi da raggiungere e a bilanci da far quadrare.

Questa nuova forma di capitalismo applicata al settore librario è molto rischiosa. Tale esigenza porta infatti un sostanziale cambiamento non solo nella natura dei libri pubblicati, ma anche nel comportamento di quanti erano alla guida delle case editrici, costringendoli a cercare senza sosta nuove case editrici da comprare, dal momento che un tale tasso di crescita non si può certo ottenere con i soli libri del gruppo. È così che «poco a poco, gli editori sono diventati degli investitori, dei banchieri di tipo particolare, alla disperata ricerca di best seller e di case editrici da acquistare per soddisfare i nuovi proprietari o le banche che avevano prestato loro il denaro necessario» (Schiffrin 2010, 18).

È ovvio che la produzione e la distribuzione del libro non devono prescindere da criteri di sana gestione, né da competenze specifiche che non possono essere le stesse ai tempi di Mondadori (Arnoldo) e ai tempi di Mondadori (Berlusconi): un intervento manageriale è indispensabile quando si passa dalla dimensione

artigianale, familiare a quella di un'industria razionalizzata. Inoltre, come soggetto giuridico un'impresa che produce libri non differisce dalle altre forme di imprenditoria: può essere una ditta individuale, una società in nome collettivo, una società cooperativa, una società a responsabilità limitata o una società per azioni, magari quotata in borsa e soggetta alle oscillazioni e ai batticuori degli alti e bassi del listino.

Il problema di oggi, come evidenzia chiaramente Ferretti, è che nel passato «si voleva fare cultura vendendo libri. C'era quella consapevolezza, c'era amore per il libro, anche in chi badava di più al mercato. Adesso è quest'ultimo a essere il vero metro di giudizio»². Seguendo questa tendenza si rischia però, soprattutto a determinati livelli aziendali, di dirigersi verso un'«editoria senza editori»³, manageriale, governata dalla logica della realizzazione accelerata del business e non dall'idea di costruzione programmatica del catalogo.

Come sostiene André Schiffrin, l'editoria senza editori è:

Un'editoria di grandi gruppi, per i quali la produzione libraria è marginale; uno scenario dentro il quale non c'è più spazio per gli editori intellettuali, per gli editori letterati, per coloro che attraverso l'attività editoriale perseguivano un obiettivo culturale: i nuovi dirigenti, infatti, seguendo la logica dei grandi gruppi commerciali, incominciano a esigere tassi di rendimento che poco hanno a che vedere con la tradizionale gestione aziendale delle case editrici e dei loro cataloghi, e, richiedendo risultati di vendita molto alti ad ogni singolo titolo, indipendentemente dalle sue caratteristiche, modificano completamente la natura di ciò che pubblicano (Schiffrin 2000, in Cadioli e Vigni 2004, 156).

(...)

3.3.1 Le piccole case editrici indipendenti: laboratori per l'innovazione

La presenza nel tessuto imprenditoriale italiano delle piccole case editrici è cruciale perché rappresenta fin dagli anni Settanta uno dei principali motori dello sviluppo editoriale e culturale del paese. Queste sigle costituiscono ancora oggi il laboratorio dell'innovazione, della ricerca e dello sviluppo culturale (R&S), attraverso la sperimentazione all'interno delle loro redazioni di nuovi autori, generi e temi. Infatti, proprio come ogni imprenditore, anche l'editore per sopravvivere ha l'obbligo di sperimentare, fare laboratorio culturale, approfondire e creare novità e questi aspetti rappresentano il nucleo del suo lavoro e, al contempo, i suoi rischi. Già dalla loro nascita le case editrici indipendenti manifestano una volontà tenace di fare diversamente e di pubblicare opere di

² L'articolo a cui si fa riferimento è *C'era una volta l'editoria* di M. Novelli, comparso su «la Repubblica» il 26 ottobre 2010.

³ Come viene definita nel testo di André Schiffrin *Editoria senza editori*, 2000.

qualità in opposizione alla finanziarizzazione del mercato del libro. Questo tipo di editoria ha un ritmo lento che mal si adatta alle regole contabili e ai modelli di gestione comuni a tutte le attività commerciali, infatti, sebbene non trascuri i criteri economici, mette in primo piano i criteri qualitativi. Per questo si può parlare di “editoria indipendente di progetto” (Colleu 2008).

Come sostiene l’editore Florindo Rubbettino, «oltre ai libri da raccolto (quelli che fanno fatturato), occorrono anche i libri da semina» (Rubbettino 2010, 350). Alla produzione dei “libri da raccolto” si dedicano i grandi editori, che puntano su autori noti al grande pubblico, scrittori già affermati e titoli che spesso si assomigliano gli uni con gli altri seguendo le mode del momento, con l’unico scopo di scalare le classifiche e raggiungere il vertice. Dei “libri da semina”, invece, si occupano i piccoli e medi editori, che hanno a cuore la ricerca di nuove strade e il rifiuto dell’omologazione e mantengono l’esigenza di qualità come il principale criterio di valutazione delle loro politiche editoriali. Sono quindi i garanti della pluralità delle idee di fronte alla mercificazione crescente della cultura imposta dalle logiche principalmente finanziarie dei grandi gruppi.

«Più idee, più prospettive filosofiche, più stili di vita non sono una miseria, sono una ricchezza: sono l’essenza di una società aperta» (Antiseri 2003, 9), scrive Karl Popper, dando importanza non solo a chi le idee le genera, ma anche al ruolo e alla delicatezza del compito di chi quelle idee le veicola, vale a dire l’editore. E poiché le idee nascono e si sviluppano spontaneamente, la presenza di un’editoria libera è prima di tutto garanzia di civiltà, di pluralismo e di fecondità culturale per l’intero paese.

Tornano così pienamente in gioco sia l’importanza del ruolo dell’editore, sia il concetto di bibliodiversità e forse, dopo un periodo di ubriacatura per i modelli globalizzati e indifferenziati, si riscoprirà e rivaluterà il valore delle differenze.

Questa è la sfida, di certo non facile, che i piccoli editori di oggi devono intraprendere. Si tratta di un compito impegnativo, ma senz’altro ricco di opportunità, anche perché, come sostiene Ragone (2005), se le piccole sigle non inventano nuove tendenze o vengono inglobate o si vedono duplicare le idee dai grandi gruppi. E questo futuro non è certo auspicabile.

Non basta però che siano solo i piccoli editori a remare in questa direzione, è necessario che lo faccia l’intera filiera. Infatti, se per i piccoli editori indipendenti non c’è spazio sui giornali, dove l’equazione acquisto di inserzioni pubblicitarie-recensione è indissolubile; non c’è spazio nelle università, dove mancano i finanziamenti per fare una ricerca e per pubblicarla; non c’è spazio fisico in libreria, dove bisogna comprare il posto in vetrina e dove lo spazio è sempre più dedicato all’editoria di intrattenimento, all’intrattenimento di massa, che è legittimo e necessario, ma che da solo non basta, diventa praticamente impossibile fare innovazione culturale.

Parte II GLI EDITORI INDIPENDENTI DI PROGETTO: TRASFIDE QUOTIDIANE E OPPORTUNITÀ

4 FISIONOMIA DELL'EDITORE INDIPENDENTE DI PROGETTO

4.1 Progetto e obiettivi di ricerca

L'elaborazione di questo progetto, incentrato sui piccoli editori indipendenti, sui loro valori, i loro progetti e le loro difficoltà, nasce in seguito al mio interesse per l'ambito editoriale e alla mia curiosità di conoscere meglio questo universo variegato e spesso silenzioso. Un universo silenzioso, sì. Ne ho trovato conferma nella difficile ricerca di informazioni scientifiche in questo campo. I libri pubblicati che riguardano la piccola editoria italiana sono pochi, mentre abbondano i testi sul mestiere dell'editore, sulla storia delle sigle editoriali più note e sul passato dell'editoria nel nostro paese. Ma sul presente, e in particolare sui piccoli editori, è stato scritto davvero poco.

Nel corso di tale lavoro mi sono quindi basata soprattutto su pubblicazioni e articoli trovati in rete, certamente più numerosi rispetto a quelli sulla carta stampata, ma che necessitano sempre un'attenta verifica di attendibilità e di scientificità. Ho inoltre cercato di eliminare ogni orientamento politico e ideologico, con l'obiettivo di costruire un quadro il più possibile obiettivo dell'attuale situazione in cui si trova l'editoria italiana e, in particolare, la piccola editoria indipendente. Il mio scopo principale è stato quello di ricostruire la fisionomia di un settore dell'editoria molto spesso ignorato o che riceve visibilità solo in contesti di nicchia.

Questo studio si propone di conoscere il mondo degli editori indipendenti di progetto entrando in contatto diretto con il loro lavoro, ascoltando le loro storie e le loro mission, ma anche le loro difficoltà e le loro aspirazioni. Viene inoltre analizzato il loro modo di porsi (e imporsi) nei confronti delle sfide del futuro, a partire dal web, dal mondo degli ebook e di Bookrepublic. Solo conoscendo meglio l'universo dell'editoria indipendente è possibile analizzarne la situazione e confrontarla con i grandi e noti gruppi editoriali italiani, tra cui Mondadori, RCS, GeMS, Giunti e Feltrinelli.

Per cercare di raggiungere questi obiettivi ho scelto di essere presente a *Buk - Festival della Piccola e Media Editoria*, che si è tenuto a Modena il 3 e 4 marzo 2012. Questo appuntamento mi ha permesso di incontrare il mondo della media e piccola editoria italiana, di osservarne la produzione e le proposte e di conoscere e intervistare alcuni editori. Si tratta infatti di un'iniziativa culturale che si propone di dare visibilità e favorire la diffusione della piccola e media editoria, offrendo agli editori uno spazio concreto che permette loro di entrare in contatto diretto con i lettori. Allestendo un programma ricco di eventi culturali e musicali, ma anche di conferenze, reading, incontri con gli autori e con personalità della cultura, questa manifestazione garantisce agli editori presenti una grossa opportunità di

visibilità e di comunicazione.

4.1.1 *Metodologia e strumenti*

(...)

Quarta di copertina

Questo studio fotografa il presente dell'editoria italiana, mettendolo a fuoco da un punto di vista particolare: quello dell'editore indipendente. Lo scopo è quello di fare il punto non solo sulle difficoltà e sui rischi del sistema editoriale odierno, ma anche sulle opportunità offerte dall'editoria indipendente e di nicchia, una risorsa vitale per consentire la sopravvivenza di manifestazioni culturali spregiudicate e di progetti nuovi nel settore del libro.

Questa ricerca indaga dall'interno sull'universo silenzioso, ma estremamente vivace, degli editori indipendenti di progetto, cioè quei soggetti del mondo del libro che hanno fatto dell'indipendenza e della ricerca le loro scelte professionali e di vita. Questa figura professionale si distingue sia dai grandi gruppi, grazie alla sua scelta di rimanere indipendente, sia da molti piccoli editori incompetenti, poiché il suo obiettivo esistenziale è quello di promuovere la ricerca e di contribuire allo sviluppo e alla crescita della cultura.

Nella prima parte del libro è stata ricostruita la storia dell'editoria moderna italiana, mentre la seconda parte è tesa a evidenziare, grazie a un approfondimento qualitativo, esperienze concrete, difficoltà e sfide degli editori indipendenti, protagonisti che faticano a rendersi visibili e spesso persino a sopravvivere, ma che sono anche capaci di fare ricerca e innovazione.

Questo libro vorrebbe essere uno spunto efficace per iniziare a riflettere sul futuro dell'editoria italiana e, di conseguenza, sul futuro della cultura dell'intero paese.

Elisa Quattrini

Elisa Quattrini (Modena 1988), oltre a essere laureata in Lingue e culture moderne, ha conseguito la laurea magistrale in Pubblicità, editoria e creatività d'impresa presso l'Università di Reggio Emilia. Dopo aver acquisito competenze sociologiche, ha concentrato il suo percorso di ricerca sul mondo editoriale, cercando di mettere in evidenza problematiche e sfide dell'editoria italiana di oggi. In passato ha collaborato con la Gazzetta di Modena, seguendo in particolare gli eventi culturali della città. *Non solo best seller* è il suo primo libro.