

Marco Ferrario, dopo 16 anni in Mondadori ha tentato il gran passo dando vita a Bookrepublic, primo store dedicato agli e-book dell'editoria indipendente, e a due editrici digitali, Emma books e 40k



Marco Ferrario

Per ricaricare l'universo libro scommettiamo sui social media

«**D**iciamoci la verità. L'oggetto libro, come da secoli l'abbiamo concepito, è desueto, sta scomparendo. Ma non si sta affatto dileguando la voglia di leggere e di raccontare storie»: è pessimista solo a metà, in questo inizio di anno, Marco Ferrario. Dopo 16 anni in Mondadori ha dato vita a Bookrepublic, il primo store dedicato agli e-book dell'editoria in-

dipendente e che comprende editrici digitali, Emma books e 40k. «Per noi produttori del libro virtuale, il 2013 si è chiuso bene. Siamo un continente piccolino e non andiamo alla deriva. L'Italia nell'e-commerce editoriale è pari alla Francia, supera la Spagna, è un po' indietro rispetto alla Germania. Ma non basta. Bisogna inventarsi nuovi scenari. Facebook sottrae tempo alla lettura tradizionale. Ma proprio i social media possono innescare una potente ricarica nell'universo del libro».

Come? «Ecco un esempio. Un taccuino e una macchina fotografica. Cosa c'è in apparenza di più arcaico del fotografo Brandon Stanton, che fa una domanda a un passante - "quale il giorno più brutto della tua vita?" - e intanto lo immortalava? Niente di più sbagliato, però, pensarlo come un reporter vecchio stampo. Mette tutto su facebook. Le storie che racconta, accompagnate dalle sue immagini, viaggiano verso i due milioni di contatti. Nasce una star e i suoi reportages vengono riuniti in un volume di gran successo. Oggi lui viaggia per conferenze e se lo inviti pretende circa 10 mila dollari. Un altro esempio del libro che nasce, come l'araba fenice, da nuove forme di comunicazione, viene dall'attività di Candy Chang, artista, studiosa e appassionata di urbanistica e architettura. A New Orleans ha invitato a completare la frase "Before I die I want to..." redatta sulle pareti di una casa. Il muro si è riempito di scritte, il testo è transitato sul web, poi è approdato all'opera di carta che ha venduto migliaia di copie. Sono modi per ripensare l'editoria. L'artista e il fotografo sono i nostri apripista per una rinascita».