

MOIRA DAL VECCHIO

*Editrice ZONA:
la forza della creatività nella piccola editoria*

nel panorama della piccola editoria nell'Italia dell'ultimo quindicennio, Editrice ZONA è sorta e ha tratto alimento dalla linfa di un progetto letterario di rilievo, mosso dalla ricerca sul linguaggio e dalla valorizzazione della parola, che le ha permesso di raggiungere nel tempo molte specializzazioni: la poesia sperimentale in primo luogo, seguita dalla musica, dalla narrativa e dalla saggistica. Il successo della piccola casa editrice di provincia si deve a scelte di grande originalità e in sintonia con i tempi, al coraggio e alla perseveranza con le quali ha esplorato strade inedite, non sempre facili da intraprendere. Tutto ciò ha contribuito a rendere Editrice ZONA una fra le realtà più dinamiche ed energiche nello scenario, fatto di luci ma soprattutto di ombre, della piccola editoria italiana in campo poetico e musicale.

Gli inizi non sono stati affatto facili: l'assenza di contributi economici pubblici o comunque esterni, la difficoltà nella distribuzione dei titoli in libreria e nell'acquisizione di riconoscibilità nel territorio di competenza,¹ rappresentano sfide di non poco conto che la casa editrice ha affrontato tenacemente, riuscendo a conquistarsi uno spazio ben definito nel panorama editoriale. Le problematiche fronteggiate nel tempo da Editrice ZONA riguardano purtroppo l'intero mondo della piccola editoria, e sono principalmente imputabili alla mancanza di adeguate risorse economiche. Il problema finanziario è evidente. Per una produzione di qualità una casa editrice necessita di un grafico per la realizzazione delle copertine, di un illustratore nel caso di libri con immagini, senza contare editor, redattori e altre figure professionali; tutto questo comporta spese che gravano pesantemente su una realtà imprenditoriale ridotta imponendo quotidianamente delle scelte.

*Abbreviazioni

ASEZ, Archivio storico editrice Zona, Arezzo.

INTERVISTA CADEMARTORI, Intervista di Moira Dal Vecchio a Piero Cademartori (Arezzo, 15 novembre 2013).

¹ La casa editrice nasce per un investimento personale di Piero Cademartori; ciò costringe l'editore e Silvia Tessitore a dedicarsi anche ad altre occupazioni nei primi sette anni di vita di Editrice ZONA. Da inizio attività a marzo 2001 essa si avvale di distributori regionali attivi su scala nazionale, per poi passare al distributore nazionale Midinet, che fallì a dicembre 2011; strinse dunque rapporti, che durano ancora oggi, con CDA. [Notizie tratte dall'INTERVISTA CADEMARTORI.]

Grava poi su questa situazione la saturazione del mercato del libro, che coinvolge tutta l'editoria.² Molti dei circa 60.000 titoli che escono ogni anno in Italia sono venduti in un solo esemplare per singola libreria;³ un dato preoccupante, se si considera che una tiratura media si aggira sulle 3.000 copie, ma spesso non supera le 1.000 nel caso delle imprese di esigua dimensione.

La piccola editoria copre una percentuale del 22% dei titoli in commercio.⁴ Questa produzione trova spazio in poche librerie, mentre tende a scomparire del tutto nelle nuove tipologie di punti vendita. Le scelte ricadono su titoli di sicuro successo e sono pochi i librai aperti alla sperimentazione che accettano nuove proposte. Questo canale di vendita presenta purtroppo un'alta criticità: molti libri non sono disponibili a scaffale, richiederne l'ordine non è sempre possibile e, quando lo è, i tempi di attesa si rivelano eccessivamente lunghi.⁵

Le librerie operano una scelta tra i titoli e lo spazio che viene dedicato ai piccoli marchi editoriali, che hanno bisogno di un tempo di visibilità maggiore, è relativo e spesso inesistente. Solitamente, nel caso delle grandi case editrici, un alone pubblicitario avvolge il libro fresco di stampa e lo introduce fra il pubblico. Il lettore si reca così in libreria sapendo già cosa acquistare; ciò non avviene per la piccola editoria, a

² Cfr. PIERFRANCESCO ATTANASIO, RICCARDO FEDRIGA, *L'editoria libraria in Rapporto sull'economia della cultura in Italia 1990-2000*, a cura di Carla Bodo e Celestino Spada, Bologna, Il Mulino, 2004, p. 690: «Nel corso degli anni '90 le case editrici hanno profondamente rinnovato la propria offerta attraverso l'ampliamento del numero di titoli immessi sul mercato, lo sviluppo di nuove collane e la ricerca di nuovi autori. Queste trasformazioni esprimono lo sforzo compiuto dal sistema d'impresa per farsi interprete dei bisogni di una società divenuta molto più complessa e articolata rispetto al passato. Il processo di rinnovamento del sistema d'offerta è avvenuto soprattutto attraverso l'aumento del numero delle novità, soprattutto per la crescita delle traduzioni, controbilanciato dalla riduzione della tiratura media; la crescita di linee d'offerta tascabili ed economiche; lo sviluppo di settori nuovi (es.: l'editoria elettronica prima *off-line* e poi *on-line*) o il profondo rinnovamento di settori esistenti (es.: l'editoria scolastica o quella per ragazzi); la ridefinizione delle politiche commerciali e in specie dei rapporti tra i principali canali di vendita».

³ I dati sono estrapolati dal sito <www.istat.it>, ultima cons.: 10.1.2014.

⁴ *Il valore della creatività nella piccola e media editoria. Materiali per una discussione*, a cura dell'Ufficio Studi dell'Associazione italiana editori, Milano, Associazione Italiana Editori, 2004, p. 12.

⁵ Si cita ad esempio di questa situazione un'indagine condotta su 274 case editrici di piccole e medie dimensioni nel 2003, ma può riferirsi benissimo alla situazione attuale, che negli anni non ha subito cambiamenti di rilievo. Il 72,6% di case editrici afferma di essere presente in meno di 500 librerie, mentre solo il 9,1% dice di esserlo in più di 1.000 nel territorio nazionale. Incrociando le librerie in cui questa produzione è presente, che oscillano in base a questi dati tra le 80 e le 200, con il numero di intervistati, si desume che i titoli sono di difficile reperibilità nei piccoli centri e nei paesi, e che la concentrazione si verifica perlopiù nei punti vendita dei capoluoghi e delle metropoli; cfr. *Il valore della creatività nella piccola e media editoria*, cit., p. 29.

eccezione di libri specifici e mirati. Un nuovo titolo si afferma perlopiù per vie secondarie e non attraverso il canale pubblicitario; il libro, prima di essere venduto, deve raggiungere una soglia minima di riconoscibilità. Ma la discrepanza tra i tempi delle librerie e quelli di cui necessita questo tipo di produzione comporta poche vendite, un alto numero di rese⁶ e l'oscuramento di una grande parte del patrimonio attuale, che resta sconosciuto.

L'attività di Editrice ZONA prende avvio nel 1997 a Lavagna,⁷ in provincia di Genova, per iniziativa dell'Editore Piero Cademartori, che rimane nel tempo l'unico titolare della casa editrice. Originario di Chiavari, Cademartori gode di una buona conoscenza delle dinamiche editoriali⁸ e partecipa in prima persona alla ricerca letteraria e culturale in atto a fine anni Novanta.⁹ Nel 1998 avviene l'incontro con Silvia Tessoro, giornalista *free lance* originaria di Caserta, cui spetta il ruolo di direttore editoriale e di responsabile dell'ufficio stampa.¹⁰ Con ciò l'attività, che fino

⁶ Le librerie possono ricevere i libri in due modi: deposito - cioè il distributore fornisce un numero limitato di copie al libraio che si accerta prima di riuscire a venderle e, nel caso, fa un secondo riordino - o tramite acquisto diretto. La resa delle copie invendute, sia in caso di deposito che di acquisto, può avvenire in qualsiasi momento senza limiti di tempo, impedendo così all'editore di avere la stima reale del venduto. Dopo che il libro viene reso, deve essere alienato, cioè messo fuori catalogo. È un obbligo legale, che si comunica all'autore al momento della stipula del contratto. A questo punto le copie in esubero possono essere vendute all'autore stesso a prezzo scontato, a librerie che trattano volumi usati oppure destinate al macero. [Notizie tratte dall'INTERVISTA CADEMARTORI].

⁷ La prima sede della casa editrice è in Corso Buenos Aires 144/4 a Lavagna, Genova. Nel 2002 ha luogo il trasferimento in Toscana, prima a Pieve al Toppo, in via dei Boschi 244/4, poi a gennaio 2013 ad Arezzo, in Piazza Risorgimento 15. [Notizie tratte dall'INTERVISTA CADEMARTORI].

⁸ Cademartori ha fondato nel 1989, affiancato da Marco Berisso, Guido Caserza e Paolo Gentiluomo, la rivista letteraria «Altri Luoghi». Ha poi fondato nel 1996 «ZONA Tigullio» - un mensile a distribuzione locale di forte impronta ligure - e ideato il supplemento da allegare al giornale «Passaggi», che diviene nel tempo una rivista letteraria autonoma. In «ZONA Tigullio» e in «Passaggi» sono rintracciabili le origini di Editrice ZONA, anche se, come avremo modo di approfondire, il Gruppo 93 avrà un ruolo di fondamentale importanza nella produzione. [Notizie tratte dall'INTERVISTA CADEMARTORI].

⁹ Cademartori è attivo nel dibattito letterario dell'epoca in quanto membro attivo del Gruppo 93. Molti suoi scritti riferibili a questo ambito sono presenti in antologie. Su Piero Cademartori si veda FILIPPO BETTINI, ROBERTO DI MARCO, *La terza ondata. Il nuovo movimento della scrittura in Italia*, Bologna, Synergon, 1993; *Gruppo 93. Le tendenze attuali della poesia e della narrativa*, a cura di Anna Grazia D'Oria, Lecce, Manni, 1972; *Gruppo 93. L'antologia poetica*, a cura di Angelo Petrella, Pieve al Toppo, Editrice ZONA, 2010.

¹⁰ Silvia Tessoro ha alle spalle molte collaborazioni con testate giornalistiche ed emittenti radiofoniche. È stata corrispondente e inviata a Caserta per il quotidiano «Paese Sera» dal 1984 al 1988 e caporedattore di «Primarete Stereo» dal 1990 al 1993, solo per citare le più importanti. Ha diretto inoltre l'agenzia di servizi culturali «O Box» (ufficio stampa, pubbliche relazioni, organizzazione eventi, servizi editoriali) che ha realizzato dal 1998 al 2002 il «Rubicondor on Line», la prima newsletter italiana di poesia ideata per

a quel momento si era sviluppata soprattutto a livello regionale, prende formalmente avvio con l'intento di divenire competitiva a livello nazionale. Cademartori e Tessitore fondono insieme due realtà molto diverse e uniscono le reciproche esperienze, dando vita a edizioni segnate dai gusti e dalle passioni personali e profondamente legate al clima letterario dell'epoca.

La casa editrice si radica in Liguria grazie a un felice concorso di circostanze. Pur essendo una regione del Nord Italia, la proliferazione di imprese editoriali era stata piuttosto scarsa e la più prestigiosa tra le case editrici liguri, Costa & Nolan, a fine anni Novanta stava subendo una crisi d'identità.¹¹ Musicalmente Genova è la patria dei grandi cantautori, basti menzionare Luigi Tenco, Fabrizio De André, Gino Paoli e Ivano Fossati. La canzone d'autore e i grandi maestri della scuola genovese divengono il nucleo della ricerca musical-letteraria di Editrice ZONA e assumono una posizione di privilegio nel catalogo.

Il nome ZONA è ripreso dal titolo del mensile ligure «ZONA Tigullio», registrato al tribunale di Genova nel luglio 1996, il primo progetto editoriale di Cademartori; viene abbandonato il termine più caratterizzante a livello regionale, Tigullio, e il rimanente è scelto per qualificare la casa editrice. La denominazione intende evocare un territorio definito, ma allo stesso tempo aperto all'esterno, un limbo in cui avvengono la collusione, la sperimentazione e la commistione continua di voci e generi. Il logo, di grande semplicità, è ideato da Silvia Tessitore. Una prima versione è formata da due piccoli rettangoli sovrapposti variamente colorati, contenenti rispettivamente i termini 'ZONA' ed 'editrice'. L'impianto rettangolare viene abbandonato nel 2001. Il nome 'ZONA' mantiene il carattere maiuscolo, la lettera 'o' prende le sembianze di una freccia e si apre a includere un piccolo rombo rosso, che assume nel tempo anche altre colorazioni.

Le prime pubblicazioni con le quali viene tentato l'approccio al mercato seguono la scia del giornale: si tratta di guide regionali atte a illustrare la Liguria, con un occhio di riguardo al Tigullio. Il canale principale di vendita è l'edicola,¹² per renderle visibili a una vasta tipologia di acquirenti e favorire un maggiore impatto.¹³

trasmettere informazioni culturali agli abbonati. È inoltre scrittrice e attiva anch'essa nel dibattito culturale di fine anni Novanta. [Notizie tratte dall'INTERVISTA CADEMARTORI].

¹¹ GIAN CARLO FERRETTI, *Storia dell'editoria letteraria in Italia. 1945-2003*, Torino, Einaudi, 2004, p. 405-15.

¹² Nel tempo vengono ideate altre collane per l'edicola. Ci riferiamo a *AminoCiDi* (2000), *Alò. Libri per Arezzo* (2007) e *Le canzoni della nostra vita* (2009). [Notizie tratte dall'INTERVISTA CADEMARTORI].

¹³ La distribuzione in edicola dei libri rispetto a quella in libreria presenta un vantaggio economico notevole. Nel primo caso al distributore spetta il 40% sul prezzo di copertina, nel secondo il 60%. [Notizie tratte dall'INTERVISTA CADEMARTORI].

Questa prima esperienza con distributori regionali operanti su scala nazionale e l'acquisto di riconoscibilità nella costa ligure, consentono di approdare in libreria già nel 1998 con *ZONA. Scritture dal territorio*. Si tratta di un'antologia di racconti di giovani promesse della narrativa italiana - come Aldo Nove, Tiziano Scarpa, Rossana Campo - attivi nel dibattito culturale dell'epoca e testimoni in quel momento del progetto letterario che la casa editrice andava costruendo con l'obiettivo di acquistare credenziali presso il pubblico e i distributori. La tiratura media è di 1.000 copie e rimane costante nel tempo, a eccezione di titoli più spendibili, per i quali non supera in ogni caso le 2.000-3.000 unità.¹⁴

I settori poetico e musicale, composti da tanti progetti singoli e non da collane organiche, sono quelli in cui si raggiungono i risultati più alti e interessanti.

Il genere poetico prende corpo attorno a un nucleo di intellettuali, anzi a un vero e proprio movimento letterario, definito Gruppo 93,¹⁵ di cui lo stesso Cademartori fa parte. Nel momento in cui viene fondata Editrice ZONA diviene dunque il contenitore ideale e naturale degli scritti che nascono in questo ambito, configurandosi da subito come una casa editrice di progetto, che trae origine da una necessità di carattere culturale. Le pubblicazioni si realizzano come il naturale risultato di una ricerca, e

¹⁴ Il picco massimo delle 3.000 copie è raggiunto nel 2003 con la seconda ristampa del libro *Fabrizio De André. In direzione ostinata e contraria* di Andrea Podestà, incluso nella collana *AminoCiDi*. Le notizie sono tratte da: EDITRICE ZONA, Archivio storico, *Registro delle Tirature, 1997-2013*, p. 3.

¹⁵ Con Gruppo 93 si indica una delle correnti avanguardiste letterarie di rilievo di fine anni Novanta, che ha dato vita in Italia a un complesso dibattito su moderno e postmoderno, avanguardia e tradizione e, più in generale, sul mutare delle strutture comunicative ed espressive. In realtà non è possibile circoscrivere il gruppo in modo netto; molti sono i protagonisti che dalla fondazione, avvenuta a Milano nel 1989, si avvicinano in modo diverso a questa corrente, che assume nel tempo dimensioni notevoli. Il nome intende capovolgere quello del Gruppo 63 - la neoavanguardia letteraria formatasi a Palermo a inizio anni Sessanta, composta da scrittori, critici e studiosi che si oppongono ai modelli tradizionali e alle forme letterarie degli anni cinquanta. Il sei diventa nove e il tre viene mantenuto, a significare una sostanziale continuità di fondo affiancata però da un totale rovesciamento di intenti. All'interno del gruppo confluiscono principalmente due correnti, Baldus e Altri Luoghi, che nascono rispettivamente dalle riviste omonime. Definire l'orientamento di questo gruppo non è un'operazione affatto facile. Possiamo sintetizzare dicendo che, sull'esempio dello sperimentalismo degli anni '50-'60, lo stile si basa sulla commistione di generi e di linguaggi. La forma espressiva principale è la poesia, ma anche la prosa trova largo spazio. Vengono spesso riutilizzati modelli metrici non più attuali, che subiscono un'originale rielaborazione, con lo scopo di creare una contraddizione tra la forma e il contenuto e far scaturire nuovi significati dal confronto tra passato e presente. Il fulcro di quest'operazione è il linguaggio, che viene scandagliato e manipolato alla ricerca di nuove espressioni. Le notizie sono tratte liberamente da F. BETTINI, R. DI MARCO, *La terza ondata*, cit.; Gruppo 93. *Le tendenze attuali della poesia e della narrativa*, cit.; Gruppo 93. *L'antologia poetica*, cit.

segnano le tracce della continua evoluzione e dinamicità del dibattito, di uno sperimentalismo in continuo movimento.

Non c'è distinzione netta tra autore ed editore in questo primo periodo; lo scopo che ci si prefigge è quello di dare vita a un progetto comune: divulgare le testimonianze di un particolare clima culturale. In questo ambito rientrano le collane di poesia sperimentale, che sono in realtà contenitori atti a raccogliere le espressioni letterarie degli autori che gravitano intorno al movimento o ne fanno parte: *Scritture. La nuova poesia italiana* diretta da Guido Caserza, che prende avvio nel 1998, un anno dopo la fondazione della casa editrice, e *Azione Poetica. Linguaggi in divenire* del 1999, con a capo Marco Berisso, formata da opuscoli di 32 pagine, in formato 12x15 cm, che ricordano nell'aspetto i primi *Millelire* di Stampa Alternativa: copertina monocromatica in cartoncino leggero e rilegatura a punto metallico.

Nel 2007 il progetto poetico riprende con *Level 48. Parole e musica in libreria*, una collana ideata da Cademartori per omaggiare la poesia di ricerca in bilico fra le diverse forme d'arte, quella che aveva segnato gli esordi della casa editrice e a cui lui stesso si era dedicato. Essa si pone sulla stessa linea di *Scritture* e *Azione poetica* ed è attualmente l'unica a portare avanti e a riflettere con fedeltà il progetto letterario di ZONA, nonché l'unica collana di poesia e raccoglie testi dedicati all'arte poetica sperimentale, concepita quale spazio aperto a veri e propri esperimenti linguistici, a cavallo tra prosa e poesia. Ad animare *Level 48* accorrono ancora una volta i protagonisti del Gruppo 93, frammisti a nuove voci. Il filo che lega tra loro queste collane è la testimonianza del *work in progress* degli autori: i materiali contenuti documentano infatti il lavoro in atto in quel momento.¹⁶

La musica, affine a certi argomenti affrontati nell'ambito della poesia, diviene un approccio insolito da tentare, un altro occhio con cui osservare il presente e, nel tempo, una vera e propria specializzazione, grazie alla quale la casa editrice si contraddistingue nel mercato editoriale. Editrice ZONA riesce a dare una nota di particolarità a questo tipo di produzione, per la scelta di trattare agli inizi esclusivamente il mondo dei cantautori, focalizzandosi sulla loro espressività poetica. In origine paradossalmente non si dà importanza all'aspetto musicale della canzone, ma ci si concentra sulla modalità di utilizzo del linguaggio, sulla scelta delle parole e sulla loro sintonia, proprio come accade per la poesia.

I testi della canzone italiana vengono considerati alla stregua di componimenti poetici e, pertanto, il passaggio alla produzione letteraria di carattere musicale è in perfetta linea con il progetto originario della casa editrice.

¹⁶ Cfr. ASEZ, *Catalogo*, anni 1997-2013, *ad vocem* (<www.editricezona.it>, ultima cons.: 20.12.2013).

Dopo l'esperienza delle collane poetiche, rivelatesi troppo settoriali per conquistare il grande pubblico, nell'intraprendere la specializzazione musicale si cerca da subito di coniugare il progetto con le esigenze commerciali. Nascono così nel 2000 gli *AminoCiDi*, originali opuscoli di 64 pagine in formato *booklet* che racchiudono saggi divulgativi di linguistica, corredati da illustrazioni e immagini colorate, inseriti all'interno di una custodia da CD. I volumetti che all'apparenza sembrano dei CD, riscuotono grande successo e aprono la strada all'affollato mondo dell'editoria per la musica.

Per la prima volta la casa editrice si affaccia sul mercato con un'impronta fortemente riconoscibile e con una formula innovativa, proponendo un prodotto vendibile, ma dal taglio molto particolare. Seguono la stessa direttiva *Le Guide in musica alle città italiane* del 2003, dove le città vengono raccontate attraverso le canzoni, narrando dei vicoli e dei quartieri che ne hanno fatto la storia, e *Le canzoni della nostra vita* del 2009, in cui l'analisi linguistica è applicata alle canzoni più famose di tutti i tempi, che hanno contrassegnato un'epoca e lasciato il segno nel mondo della musica.

Altra proposta in campo musicale sono i libri con CD musicale in allegato, inaugurati nel 2004 con *Trans Kerouac Road* di Marco Palladini e Diego Moser.¹⁷ Il prodotto costituisce attualmente il 10% della produzione musicale della casa editrice. Si registrano 23 titoli pubblicati nell'anno 2013.¹⁸ Questa linea può essere praticata da grandi e piccoli editori, grazie al regime fiscale agevolato che prevede l'applicazione dell'IVA editoriale del 4% anziché quella stabilita per i prodotti audio-video al 22%.

Negli anni, inoltre, i libri abbinati a CD hanno subito un incremento notevole: i 944 titoli del 1995 sono diventati 2.368 nel 2000, con un aumento del 150,8%,¹⁹ e continuano a subire una crescita costante, in particolare nel mercato dei collaterali.

A dicembre 2011 Editrice ZONA ha compiuto un ulteriore passo in avanti con la produzione dell'album *Storie strane al buio*, della band genovese La Decima Vittima e del loro leader Bobby Soul.²⁰ Ciò è stato reso possibile grazie alla partnership con alcune case discografiche creatasi nel novembre 2011 al Medimex di Bari, la Fiera delle Musiche del Mediterraneo, riservata agli operatori con lo scopo di incentivare gli scambi artistici e i rapporti commerciali. L'ultimo album prodotto risale al dicembre 2013: *Head Project Trio* della band omonima.²¹

Contemporaneamente alle specializzazioni poetica e musicale, il percorso

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ *L'editoria libraria in Italia*, a cura dell'Ufficio Studi dell'Associazione italiana editori, Roma, Ministero per i Beni e le Attività culturali, 2002, p. 78.

²⁰ ASEZ, *Catalogo*, cit., *ad vocem*.

²¹ *Ibid.*

di Editrice ZONA intraprende anche le strade della saggistica e della narrativa. Lo sviluppo del genere saggistico è ascrivibile al progetto degli inizi e nasce per indagare le tematiche e le correnti che caratterizzano gli anni di passaggio tra il XX e il XXI secolo. In particolare questa esigenza analitica ha origine dal Centro Donato Renna di Chiavari, di cui Cademartori è cofondatore, sorto per promuovere eventi culturali incentrati sul Novecento.

La collana cui è affidata questa indagine è *Critica! Questioni per un Millennio*, inaugurata nel 1999. In realtà, oltre a essere concepita come un nuovo strumento d'analisi, che si muove dallo stesso nucleo delle altre, la collana intende testimoniare e diffondere il clima letterario creatosi fuori dall'Italia. L'allargamento di prospettiva è reso possibile grazie alla presenza di collaboratori validi e alla pubblicazione di libri altrettanto significativi, che spingono l'editore ad accogliere voci che non siano solo quelle nazionali. Con questo intento vengono date alle stampe due opere di grande importanza, fondamentali per l'evoluzione di Editrice ZONA, con le quali la casa editrice si cimenta per la prima volta in traduzioni da lingue straniere: *Tre lezioni delle tenebre* di Roger Caillois del 1999 e *La comunità prodiga. Critica della politica economica e altri scritti* di Asger Jorn del 2000, due opere inedite in Italia.²²

Il filone narrativo invece, soprattutto nell'esito del romanzo d'autore, è il più praticato in Italia a fine anni novanta; Castelvechi, Transeuropa, minimum fax, Stampa Alternativa, sono solo alcune delle case editrici che si muovono in questo senso. Editrice ZONA pertanto, ritenendo che il campo sia già saturo e che percorrere questa strada non porterebbe altro che allo scontro con temibili concorrenti, sceglie un altro approccio, un modo per affrontarla in chiave nuova.

900 storie. Tra reportage e narrazione, la prima collana di narrativa inaugurata nel 2001, s'incentra sui fatti del Novecento che hanno una forte attinenza con la realtà sociale e storica dell'Italia contemporanea; tratta cioè la cosiddetta narrativa d'inchiesta o *non-fiction*, un genere molto diffuso nell'attuale mercato editoriale. La collana nasce da un'idea di Carlo D'Amicis – intellettuale, scrittore, speaker radiofonico, tra l'altro curatore della celebre trasmissione Fahrenheit su Radio3 – e ruota attorno a una serie di interlocutori, riferibili in parte alla prima antologia della casa editrice, *ZONA. Scritture dal territorio*, cui lo stesso D'Amicis ha partecipato. Seguono la stessa scia *L'Italia criminale* del 2003, e *Storie Vere* del 2009, l'ultima collana in ordine di tempo a essere creata, curata e diretta da Silvia Tessitore, che si pone teoricamente sulla stessa linea delle precedenti, offrendo però una maggiore strutturazione dell'idea stessa di narrazione incentrata sui fatti, focalizzando l'attenzione sul presente e sulle problematiche attuali, raccontate attraverso storie vere.

²² *Ibid.*

L'ultimo libro uscito *Scrivere fa bene. Narrare la malattia, curarsi con un blog* di Giorgia Biasini, è stato presentato a Roma nell'ambito dell'evento 'Più libri più liberi' edizione 2013. Nel campo della narrativa si tenta anche un approccio innovativo, aprendo uno spiraglio oltre l'Italia, come già fatto in origine per la saggistica. Nasce così nel 2010 da un'idea di Silvia Tessitore, per la direzione di Peter Carravetta, *Atlantis - Scritture Italoamericane*, la collana che più esplicitamente si allontana dal percorso finora tracciato, con al centro l'indagine sulla letteratura di migrazione presente nella scena contemporanea, che in Italia non è mai stata affrontata in modo significativo. *Atlantis* vuole aprire una nuova finestra sull'evoluzione delle culture, affrontare la questione etnica, attraverso lavori sia creativi che critici e portare alla luce gli aspetti, le storie, i vissuti che hanno contribuito all'italianizzazione della cultura americana.²³

Editrice ZONA, segnata da un progetto culturale e letterario forte, riesce a superare le difficoltà degli inizi, e si affaccia agli anni 2000 con una nuova veste. Oltre alle collane citate in precedenza – che mirano a un rinnovamento della produzione senza mai rinunciare alla linea originaria, mantenuta e sviluppata nel tempo con tenacia e determinazione –, altre importanti novità contribuiscono alla rinascita della casa editrice. Il 2001 segna il passaggio alla stampa digitale; l'editore verifica subito l'efficacia di questo nuovo metodo, anticipando nel tempo quella che sarebbe stata la scelta di molte case editrici. L'approccio immediato ha permesso di ammortizzare il passaggio dalla stampa tradizionale a quella di nuova generazione e ha prodotto non pochi effetti benefici sui costi di produzione.²⁴

Nel 2002 avviene il trasferimento in Toscana, ad Arezzo, nel piccolo paese di Pieve al Toppo²⁵ e il 2005 segna la fine dell'epoca pionieristica della casa editrice e l'inizio di una fase successiva, sorretta da libri e progetti nuovi. Il catalogo subisce una profonda revisione. Sino ad allora la produzione si era rivelata troppo varia per una casa editrice così piccola, con l'inevitabile conseguenza che il profilo disegnato all'inizio rischiava di perdersi e di non essere più riconoscibile. La linea seguita dalla fondazione aveva fatto sì che le pubblicazioni ruotassero intorno a un nucleo comune, ma che apparissero poco coerenti tra loro dal punto di vista formale e commerciale. Si rende quindi necessario circoscrivere e

²³ ASEZ, *Catalogo*, cit., ad vocem.

²⁴ [INTERVISTA CADEMARTORI].

²⁵ Le motivazioni per cui avviene il trasferimento in Toscana sono prettamente personali, ma questo fattore porta innegabili benefici all'attività. Il territorio è molto prolifico e offre nuove prospettive alla casa editrice. La scelta di localizzare la sede a Pieve al Toppo, un paesino di poco più di 1.500 abitanti in provincia di Arezzo, che tra l'altro rimarca la natura di limbo della casa editrice, si rivela strategica. La vicinanza a Città di Castello, centro tipografico di antica tradizione e grande importanza, offre un variegato numero di stampatori e un'ampia gamma di soluzioni. [INTERVISTA CADEMARTORI].

identificare meglio la produzione, semplificata su due linee, quella letteraria e quella musicale-saggistica. Dall'altra parte si cerca di conferire una struttura commerciale più forte alla casa editrice e di costruire le nuove uscite, tenendo maggiormente conto delle esigenze di mercato; questa operazione ha inizio con l'accattivante collana *AminoCiDi*, già illustrata, e culmina con l'ideazione a fine 2010 del contenitore ZONA Contemporanea, dove raccogliere i titoli fuori collana che più si discostano dalla linea storica di Editrice ZONA, su cui si mira per rafforzare il catalogo e per sostenere pubblicazioni più aderenti al progetto originario della casa editrice.

ZONA Contemporanea è divenuto attualmente un marchio a tutti gli effetti, con un proprio logo, riconosciuto da autori, distributori e librai. Questa strategia ha prodotto un incremento dei titoli, che negli anni si è consolidato, fino a raggiungere la soglia massima di 105 novità nel 2010 e un fatturato annuo di 140.000 euro.²⁶ Nell'anno 2013 i titoli in catalogo sono 743.²⁷ Un risultato eccezionale in termine di uscite, per non dire raro, realizzato da una casa editrice di piccole dimensioni. Si consideri che la classificazione proposta dall'Associazione Italiana Editori – basata su fatturato e titoli pubblicati – definisce grande editore chi edita oltre 50 libri all'anno, piccolo chi si pone tra le 11 e le 50 pubblicazioni con un fatturato annuo inferiore agli 11 milioni di euro, e infine micro-editore chi sta sotto la soglia dei 10 volumi.²⁸

Il progetto attuale di Editrice ZONA ha al centro gli *e-book*, che si stanno radicando con forza nel mercato del libro e conquistano un numero sempre maggiore di lettori. Risultano 1.978 i marchi editoriali impegnati in questa produzione,²⁹ che nel tempo è notevolmente aumentata fino a ricoprire, come risulta dagli ultimi rilevamenti compiuti dall'Istituto nazionale di statistica, l'8,3% dei titoli in commercio. La presentazione della collana *LOGOSFERE*, che propone e-book orientati al mercato anglofono, è avvenuta al Salone del libro di Torino 2012.

Il piano curato da Marco Giovenale – critico, traduttore nonché scrittore e appassionato di letteratura – prevede testi di poesia contemporanea in lingua inglese di autori italiani noti all'estero e già consegnati alla storia, opportunamente tradotti. Segna l'esordio della collana *The Complete Films and other texts* di Corrado Costa, con traduzione di Paul Vangelisti. Il prossimo volume in uscita è *Gestures* di Carlo Bordini.³⁰

²⁶ ASEZ, *Documenti contabili*, anni 1997-2013.

²⁷ *Ibid.*

²⁸ Le informazioni sulla classificazione della piccola editoria sono tratte dal sito dell'Associazione Italiana Editori <www.aie.it>, ultima cons.: 10.01.2014.

²⁹ Il dato è riferito al mese di maggio 2013. (I dati sono estrapolati dal sito <www.istat.it>, ultima cons.: 10.01.2014).

³⁰ Il dato è riferito al mese di maggio 2013. Il peso ricoperto dagli *e-book* sui titoli in

In prospettiva poi si prevede la digitalizzazione graduale di tutto il catalogo, per rendere disponibile, a partire dal 2014, una doppia versione, cartacea ed e-book, per ogni titolo.³¹



commercio ha subito un incremento costante: a maggio 2009 la percentuale è dello 0,02% e tre anni dopo, a maggio 2011, tocca il 4,4%. (I dati sono estrapolati dal sito <www.istat.it>, ultima cons.: 10.01.2014).

³¹[Notizie tratte dall'INTERVISTA CADEMARTORI].