

INTERVISTA A DAVID SHELLEY, CEO DI HACHETTE USA E UK

«Quando succedono cose brutte nel mercato vince l’evasione I giovani uomini? Leggono poco»

MATTIA INSOLIA

Ceo di Hachette (tra i più grandi e importanti gruppi editoriali del mondo) sia per il Regno Unito sia per gli Stati Uniti, **David Shelley**, classe 1976, ha cominciato la sua carriera nel 1997 con l’editore indipendente Allison & Busby. È poi entrato in Little, Brown nel 2005, e inizialmente si è occupato soprattutto di acquisire romanzi crime e thriller.

Tra i tanti autori pubblicati ci sono Mark Billingham, Dennis Lehane e J.K. Rowling. Nel 2015 è diventato ceo di Orion e Little, Brown, e nel gennaio 2018 ceo di Hachette UK, il secondo maggiore editore del Regno Unito. Nel 2024 ha assunto lo stesso incarico per gli Stati Uniti. Nonostante la giovane età, ha già traversato un trentennio dell’editoria mondiale, ed è una delle poche figure al mondo che, da anni, è capace di capire in che direzione tira il vento del settore.

Shelley, lei si occupa di editoria sia per il Regno Unito sia per gli Stati Uniti. Nota differenze nel modo in cui i cambiamenti e gli scossoni della politica interna influenzano i lettori?

Lavoro in questo settore da trent’anni, e più volte ho notato chiaramente che quando succedono cose gravi c’è uno spostamento verso la narrativa. E in particolare la narrativa di evasione. Durante la crisi finanziaria del 2008 è stato evidente. In quel periodo, ad esempio, Stephenie Meyer, l’autrice di *Twilight*, era molto popolare. E andavano tanto romance e fantasy. Anche ora, sia negli Stati Uniti sia nel Regno Unito, sta accadendo qualcosa di simile. La narrativa è forte, specie quella di evasione. I romance aprono la fila.

La crescita di movimenti populistici e di estrema destra influenza il tipo di storie da cui le persone si sentono attratte?

Se penso ai bestseller politici nei vari mercati, direi che rispecchiano ciò che vediamo in generale. I libri che funzionano, da un punto di vista di vendite, si collocano agli estremi dello spettro: quelli polemici, che esprimono opinioni forti in una direzione o nell’altra, tendono a vendere molto. I libri più centristi, di norma, non hanno un mercato così ampio.

I lettori sono più interessati a capire la realtà o a evaderne?

È un misto. Il mercato del libro è enorme, e ci sono molti tipi di lettori. Però sì, la tendenza è l’evasione. Il giornalismo e i me-

dia offrono una copertura enorme e continua degli eventi del mondo; quasi sempre poco felici. E i lettori quando si rivolgono ai libri cercano qualcosa di diverso, di meno tetro.

Quando i soldi scarseggiano, comprare un libro è difficile da giustificare o leggere è una delle poche modalità economiche per fuggire dallo stress?

Se si paragona il prezzo di un libro a quello di un biglietto del cinema o a una tazza di caffè, i libri hanno un ottimo valore. Ma sì, la pressione economica incide sui comportamenti d’acquisto. Gli ebook, in tal senso, giocano un ruolo importante. Molti pensionati, per esempio, hanno un e-reader e acquistano i libri così, e possono essere lettori prolifici. Quella parte del mercato funziona bene, ed è legata a una lettura a budget ridotto.

Vede un futuro roseo per gli e-reader?

Fino a poco tempo fa, il principale gruppo demografico degli e-reader era la fascia over 65. E per ragioni pratiche: dispositivi accessibili, leggeri e con la possibilità di regolare la dimensione del carattere. I libri rilegati possono esser pesanti. Negli ultimi anni è stato interessante vedere sempre più giovani comprare e-reader. Pure se si pensava che il mercato degli ebook fosse in declino, c’è una crescita.

A proposito dei più giovani. TikTok ha ne ha portati molti alla lettura, spesso partendo da libri più semplici.

Spesso partendo da libri semplici, come dice lei, è vero. Ma poi approdano ad altro, in molte occasioni.

Circa i lettori giovani, quindi?

Va considerato che la capacità di attenzione è sotto pressione. Non solo la loro, quella di tutti noi: sempre al telefono. Un romanzo lungo o sperimentale oggi è una sfida per molti. Ci sono troppi stimoli. Questo, dicevo, vale per ciascuno di noi, certo, ma soprattutto per i giovani.

Pensa che l’attenzione che ci manca, di cui parla, tornerà o è



David Shelley, classe 1976, è ceo di Hachette UK dal 2018
COURTESY HACHETTE

L’ta è utile anche in sistemi di back-end come la contabilità e la gestione dei metadati. Siamo ancora nelle prime fasi: non è una trasformazione totale, e procediamo con cautela, ma è d’aiuto.

Qual è per voi il limite con l’ta? Dove tracciate la linea da non superare?

Siamo interessati all’ta quando ci aiuta a portare le opere degli autori a più lettori. Non quando compete con l’autore o altri creativi. Per esempio, non usiamo l’ta per il design delle copertine. Il distinguo è tra aspetti operativi e aspetti creativi. Parte del valore dell’industria dell’editoria è curare gli autori, lavorare con loro e sostenere la creatività. Se gli editori cominciassero a usare l’ta per scrivere libri o creare copertine, rischieremmo di perdere ciò che ci rende speciali: l’arte.

L’ta potrebbe modificare i gusti e gli acquisti?

Potenzialmente sì, e in modo positivo. Di recente ho chiesto all’ta autori simili ad Anne Tyler, ad esempio, e ho avuto suggerimenti interessanti. Ecco, in tal senso penso possa diventare una bussola molto utile per i lettori. Allo stesso tempo, credo che servano politiche e limiti normativi per proteggere i creativi.

Si sente spesso dire che l’editoria sta morendo. Lei è ottimista?

In questo mestiere bisogna essere ottimisti. È necessario. A ogni modo, io ho lavorato per trent’anni nell’editoria e ho visto molte ondate di allarme; alcune parecchio forti. Le librerie di catena, gli ebook, il commercio online. Però l’industria è cresciuta costantemente. L’editoria è piena di persone intelligenti che sanno adattarsi e trovare nuovi modi per raggiungere i lettori, e questo è ciò che fa la differenza. E, poi, mi conforta che in ogni generazione ci siano ragazzi appassionati di libri. Molti sedicenni si definiscono lettori, è un dato fondamentale da considerare quando si pensa al futuro. Vorremmo che la lettura fosse più diffusa, certo — anche tra i giovani uomini — ma il fatto che tanti adolescenti amino i libri è positivo. Per cui sì: sono ottimista.

Shelley, per finire: uno scrittore italiano che apprezza particolarmente?

Forse è un cliché, ma adoro Elena Ferrante. Ho letto tutti i suoi libri. Li trovo splendidi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

sparita definitivamente?

Mi piacerebbe tornasse, ma non credo accadrà. Nei weekend spengo sempre il cellulare, e controllo le e-mail di lavoro due volte al giorno. Se non cambia la struttura su cui poggia la nostra contemporaneità è difficile tornare indietro. Detto questo, noto segnali positivi: l’uso dei social media sembra aver avuto un picco nel 2022 per poi diminuire, e la gente sta riflettendo sempre di più sulla regolazione personale e sulla salute mentale. Quindi chissà.

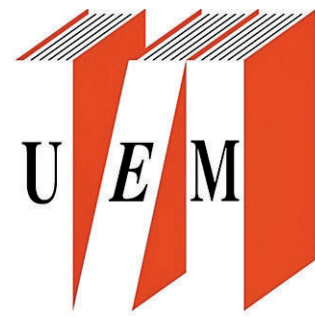
I modelli tradizionali legati al genere nei comportamenti di lettura sono ancora visibili?

Il divario si sta accentuando. La lettura è sempre più un campo delle donne. I giovani uomini leggono poco. I gruppi di lettura sono perlopiù femminili nel Regno Unito e negli Stati Uniti. In ambito editoriale circa l’85 per cento delle candidature per ruoli nel settore sono di donne. Stiamo lavorando su come rendere la lettura attraente per i ragazzi e i giovani uomini. Non è universale: anch’io sono un uomo e ho sempre amato leggere, però c’è una tendenza.

Perché leggono meno?

Diversi fattori. Anzitutto, la società tende a etichettare alcune attività come maschili o femminili. Poi c’è la pressione del gruppo dei pari, che a scuola è molto forte. Leggere può non essere vi-

L’evento oggi a Venezia



Fondazione Umberto e Elisabetta Mauri

Oggi alla Fondazione Cini di Venezia è la giornata conclusiva del Seminario di perfezionamento della scuola per librai Umberto e Elisabetta Mauri, a cura di Stefano Mauri e condotta da Giovanna Zucconi, che si aprirà alle 9:30 con gli Scenari economici di mercato introdotti e coordinati da Alberto Ottieri, e con gli interventi di Angelo Tantazzi (Prometeia) “Proiezioni per il 2026: dove va la spesa delle famiglie italiane?” e di Innocenzo Cipolletta “Il mercato del libro in Italia”. Alle 10.15 Stefano Mauri e Alberto Ottieri ricorderanno Silvana Mauri, nel ventennale della sua scomparsa. In seguito, verranno assegnati il ventesimo Premio per librai Luciano e Silvana Mauri e la settima Borsa di lavoro Nick Perren. Si terrà poi alle ore 11:15 la consueta tavola rotonda internazionale, coordinata da Stefano Mauri, cui parteciperanno James Daunt (Waterstones e Barnes & Noble), Sonia Draga (presidente della Federazione europea degli editori ed editore di Sonia Draga Publishing House), e due dei tre principali editori di varia mondiali: Brian Murray (Harper Collins Publishers) e David Shelley (Hachette Book Group e Hachette UK). Alle 12:45 l’intervento conclusivo “Corpi, schermo e linguaggio” del neuroscienziato Vittorio Gallese.

sto come il comportamento più “cool” per un ragazzo, e questo è ciò su cui si dovrebbe realmente lavorare.

Parliamo di intelligenza artificiale. Come sta cambiando il lavoro

dell’editoria?

Un esempio pratico è la distribuzione. Le librerie possono inserire un ISBN nel sistema, e un chatbot dice loro dove si trova il libro, invece di telefonare e aspettare. È un aiuto concreto.