



## Altrimedia, veicolo di pensieri liberi



MOLTEPLICI LE FORME DI SCRITTURA ACCOLTE DALLA CASA EDITRICE MATERANA CHE OFFRE VOCE E SPAZIO AD AUTORI DI SVARIATA PROVENIENZA GEOGRAFICA E DIFFERENTE BACKGROUND. "IL LIBRO - SPIEGA VITO EPIFANIA - È UN PROGETTO, UNA FONTE DI FORMAZIONE PERSONALE E COLLETTIVA OLTRE CHE UN'ATTIVITÀ ECONOMICA"

Alessandra Montemurro  
Foto di Michele Morelli

“ Il libro è un progetto, una fonte di formazione personale e collettiva oltre che un'attività economica”. Così Vito Epifania, Project Manager della società materana *Diòtima* s.r.l., proprietaria del marchio editoriale “Altrimedia”, sintetizza in poche efficaci battute la prospettiva da cui, da quasi vent'anni, lui e i suoi soci inseguono un'“avventurosa ispirazione”.

Pur inserendosi nel vivo solco della tradizione grafica materana, sin dal 1996 Altrimedia si pone come forma alternativa

di produzione e diffusione della cultura. Se inizialmente le pubblicazioni vertono su tematiche relative al territorio, privilegiando le penne di autori locali, il 2005 è l'anno della svolta con l'ideazione del Premio Letterario “La Città dei Sassi”, progetto di più ampio respiro realizzato in collaborazione con l'associazione culturale Liberalia, poi sfumato nel 2010.

L'orizzonte della piccola casa editrice si è nel frattempo gradualmente ampliato sino ad accogliere molteplici forme di scrit-

tura, includendo tematiche ad ampio spettro, e offrendo voce e spazio ad autori di svariata provenienza geografica e differente background; negli ultimi anni, ad esempio, Altrimedia ha stretto un'intensa relazione professionale con docenti dell'Università della Basilicata e di Roma Tre, così come con scrittori esordienti.

Oggi la casa editrice lucana può vantare quasi 200 titoli in catalogo, organizzati in numerose collane, ciascuna con un ➔





spiegando che la pubblicazione per i tipi di Altrimedia, nel 2009, del titolo inedito di Jules Verne "Un dramma in Livonia", avrebbe potuto, in un altro contesto, rappresentare un caso editoriale.

"Sono anni - aggiunge - che si chiede una legge regionale sull'editoria, che non è mai arrivata; alla Regione chiediamo non contributi assistenziali o acquisto di copie, ma un impegno di valorizzazione dell'impresa editoriale in quanto soggetto economico e giuridico specifico; l'obiettivo è fare impresa, creare un' economia della cultura attraverso meccanismi e strumenti per lo sviluppo e la promozione della realtà editoriale lucana, non rimanere ai margini di un mercato controllato dai grandi players."

A fianco, il gruppo di lavoro di Altrimedia  
Nella pagina precedente, Vito Epifania Project Manager della casa editrice materana

Although *Altrimedia* has been fully involved in the graphic tradition of Matera since 1996, it represents an alternative way to produce and spread culture. Initially its publications dealt with topics about our land, thus favouring local authors, but the conception of the literary award *La Città dei Sassi* in 2005 marked a turning point. This project was realized in collaboration with the cultural association *Liberalia* but it was organized until 2010. In the meanwhile, this little publishing house gradually expanded, so dealing with a wider range of topics and working with authors of different geographical and cultural origins.

Nowadays *Altrimedia* can boast a catalogue with about two hundred works, organized in many collections, each of them with a well-defined publishing project. For instance, Diotima has published a collection entitled *Tempi Moderni* for some years, a sort of observatory about the world of work.

Despite the expanding business, the existence of about seventy websites of online book trade and the satisfactions deriving from this job, Epifania highlights the problems to tackle depending mainly on inadequate institutional support, that is to say the lack of recognition of small and middle publishing houses as business to foster. Despite its tendency towards all kinds of cultural communication through virtual means, the library has always been a great showcase for *Altrimedia*, supposing that "fiduciary libraries" have received works by the editors from Matera.

In Epifania's opinion, the existence of lot of fairs (the most important one is "La Fiera della Piccola e Media Editoria" of Rome) is not sufficient to assure good visibility - "Regione Basilicata always invites us to the fair; we appreciate the effort of Consiglio regionale but, as we have always proposed, the strategy should be reviewed and integrated with the support of little publishing industry. Nevertheless, we managed to develop an optimum work strategy - in spite of the fact that we do not retail our books at national level, we are able to send our publications everywhere. Indeed, we are present on all online stores, we have a shopping portal ([www.altrimediaedizioni.it](http://www.altrimediaedizioni.it)), retailing for libraries and shopping malls, and a direct link with everyone orders a book. And finally, by means of e-books, we are virtually present all over the world on about fifty digital stores, such as Apple and Amazon".

In the meantime, some experiments of innovative publishing, involving the use of new technologies and a program of book presentation, are in the pipeline, with the aim of triggering a wider social and cultural debate, because the publication of books does not consist only in a material project, but also in the search for quality.

Coherence, high quality of the contents, of the process and of the final product, the long-lasting collaboration with authors about titles and their placement on the market are the characteristics of these books, vehicles for those "free thoughts" typical of *Altrimedia edizioni*.

(R. P.)



proprio ben definito progetto editoriale.

Da alcuni anni, ad esempio, Diotima pubblica una collana dal titolo "Tempi Moderni", una sorta di osservatorio privilegiato sul mondo del lavoro; all'interno di essa, di recente, sono stati pubblicati i saggi "La risacca" e "Dove stiamo andando?" dello storico sindacalista Pierre Carniti, con prefazioni di Chiara Saraceno e Gad Lerner.

Nonostante i numeri in crescita, la presenza in circa 70 siti di commercio librario online, e le soddisfazioni legate alla passione per il proprio mestiere, Epifania sottolinea le criticità da affrontare, legate per lo più allo scarso sostegno da parte delle istituzioni, ovvero nel mancato riconoscimento delle piccole e medie case editrici come realtà imprenditoriali da promuovere e valorizzare.

"Il nodo da sciogliere - sottolinea - è nella scarsa visibilità",





è vero che esiste un elenco di "librerie fiduciarie" a cui gli editori materani affidano le proprie "creature", da Matera a Roma, passando per Potenza e Bari.

La presenza in numerose Fiere nazionali (fra tutte quella della Piccola e Media Editoria di Roma), secondo Epifania, non è sufficiente a garantire visibilità: "La Regione ci invita sempre in Fiera: apprezziamo lo sforzo del Consiglio regionale in questo, ma, come abbiamo sempre proposto mettendoci a disposizione, la formula andrebbe rivista e integrata con l'impegno per la valorizzazione della piccola editoria".

"A dispetto di questo, tuttavia - aggiunge con un una punta di orgoglio -, abbiamo affinato nel tempo un metodo di lavoro e gestione ottimale, e, pur in mancanza di una distribuzione nazionale, oggi siamo in grado di arrivare ovunque con le nostre pubblicazioni: siamo infatti presenti su tutti gli store online (fra cui Ibs, Bol, Webster), abbiamo un nostro portale di commercio elettronico - [www.altrimediaedizioni.com](http://www.altrimediaedizioni.com) -, distribuzioni dedicate per biblioteche e centri commerciali, e un contatto diretto con chiunque voglia ordinare un volume".

L'ultima frontiera è rappresentata dall'E-Book, per mezzo del quale la casa editrice materana è virtualmente presente in tutto il



Il piccolo editore è un soggetto che riflette, crea relazioni, sollecita impegno - continua il Project Manager -, ma la sua figura è poco valorizzata; servirebbero forme più concrete di sostegno, anche indirette, per incentivare promozione e distribuzione. Le biblioteche pubbliche e private della Basilicata, ad esempio, potrebbero essere supportate per creare relazioni stabili con gli editori e un circolo virtuoso di produzione culturale; idem dicasi per le librerie".

A questo proposito, nonostante il gusto per la sperimentazione e per tutte le forme di comunicazione culturale affidate al mezzo virtuale, la libreria resta una vetrina fondamentale per Altrimedia, se

mondo attraverso una cinquantina di store digitali, da Apple ad Amazon.

Per il futuro, intanto, come spiegato da Epifania, sono in fase di allestimento alcuni esperimenti di editoria innovativa, con un uso intelligente delle nuove tecnologie e un programma di presentazione di titoli editoriali, "al fine di innescare un dibattito sociale e culturale più ampio nel territorio, perché editare libri non significa solo occuparsi del progetto grafico, stampa, allestimento, ma anche della ricerca della qualità, dell'originalità e della cultura, intesa in senso lato; significa partecipare ad un dibattito, ad uno scambio, ad una com-

partecipazione con soggetti intenzionati a sviluppare tematiche".

Coerenza, qualità dei contenuti, del processo e del prodotto finale, collaborazione duratura con l'autore rispetto al mercato dei titoli e al loro posizionamento sul mercato sono le caratteristiche di questi gioiellini editoriali, veicoli dei "pensieri liberi" che campeggiano attorno al logo di Altrimedia edizioni, di cui Diotima, nome ispirato alla filosofa greca resa celebre da Platone, si fa illustre interprete.