

# Vivere o morire di *big deal*?

di Ezio Tarantino

*The big deal is the best invention since sliced bread<sup>1</sup>.*

L'ultimo, in ordine di tempo, è stato il consorzio delle università irlandesi<sup>2</sup>. In precedenza erano arrivate notizie di analoghe iniziative dalla University of Oregon e dalla Southern Illinois University<sup>3</sup>. E, poche settimane prima, era stata la volta del consorzio delle biblioteche di ricerca inglesi<sup>4</sup>. Ma l'elenco è lungo. Sono le università, o i consorzi, che hanno abbandonato i contratti con gli editori di periodici elettronici basati sul modello cosiddetto del *big deal*<sup>5</sup>. Sulle liste di discussione specializzate (come Lib-License) le informazioni e il dibattito sull'argomento, iniziato esattamente dieci anni fa<sup>6</sup>, sembrano non avere fine<sup>7</sup>.

EZIO TARANTINO, Sapienza Università di Roma, responsabile acquisizione risorse elettroniche, piazzale Aldo Moro 5, 00185 Roma, e-mail ezio.tarantino@uniroma1.it.

L'articolo riprende, ampliandolo, l'intervento tenuto al Seminario primaverile del CIBER, presso il CNR di Roma, i giorni 7-8 giugno 2011. Ultima consultazione dei siti web citati: 10 settembre 2011.

1 Derk Haank in Richard Poynder, *Not looking for sympathy: interview with Derk Haank, CEO, Springer Science+Business Media*, «Information today», 28 (2011), n. 1, <<http://www.infoday.com/it/jan11/Interview-with-Derk-Haank.shtml>>.

2 <<http://www.timeshighereducation.co.uk/story.asp?sectioncode=26&storycode=417157&c=1>>.

3 <<http://scholarlykitchen.sspnet.org/2011/07/18/will-renewed-re-examination-of-the-big-deal-be-a-big-deal/>>.

4 <[http://chronicle.com/blogs/wiredcampus/british-research-libraries-say-no-to-big-deal-serials-packages/32371?sid=wc&utm\\_source=wc&utm\\_medium=en](http://chronicle.com/blogs/wiredcampus/british-research-libraries-say-no-to-big-deal-serials-packages/32371?sid=wc&utm_source=wc&utm_medium=en)>.

5 Il *big deal* fu introdotto da Academic Press nel 1996. Per una panoramica completa sulle problematiche emerse nel corso dell'ultima decade si veda Richard Poynder, *The big deal: not price but cost*, «Information today», 28 (2011), n. 8, <<http://www.infoday.com/it/sep11/The-Big-Deal-Not-Price-But-Cost.shtml>>.

6 Quello universalmente riconosciuto come il primo contributo al dibattito è l'articolo di Keneth Frazer, uscito su «D-Lib magazine» appunto nel 2001. Frazer dà un'esauritiva definizione di questo modello contrattuale: «In the big deal, libraries agree to buy electronic access to all of a commercial publisher's journals for a price based on current payments to that publisher, plus some increment. Under the terms of the contract, annual price increases are capped for a number of years». Si veda Kenneth Frazier, *The librarians' dilemma. Contemplating the costs of the big deal*, «D-Lib magazine», March 2001, <<http://www.dlib.org/dlib/march01/frazier/03frazier.html>>.

7 Le discussioni su Lib-License sono recuperabili al seguente indirizzo, anche da chi non sia iscritto alla lista: <<http://goo.gl/C2BT4>>.

Ma cominciamo dall'inizio.

Erano i primi anni cinquanta, quando i dischi in vinile a 45 giri cominciarono a invadere il mercato discografico, anche grazie alla diffusione dei *juke-box* installati in numerosissimi locali pubblici. Sul 45 giri era possibile ascoltare due canzoni, una per lato.

Con il passare degli anni l'industria discografica orientò la produzione in modo sempre più massiccio verso il formato più ampio, il *long playing* a 33 giri, che di canzoni poteva contenerne otto, dieci, o anche di più. Ben presto il 33 giri soppiantò il 45 giri. Cominciarono a scomparire i "mangiadischi" e quando si voleva ascoltare una canzone bisognava comprarne dieci. Questo cambiamento divenne pressoché irreversibile dapprima con l'introduzione delle audiocassette e poi definitivamente con il passaggio dal supporto in vinile a quello ottico.

Nel campo dei contratti per l'accesso elettronico ai periodici la storia è andata più o meno nello stesso modo. La metafora, per quanto «imperfetta» - come riconosce lo stesso autore, Claudio Aspesi<sup>8</sup>, un analista finanziario che, primo fra i non addetti ai lavori, ha alzato la voce contro questo modello contrattuale<sup>9</sup> - è utile perché «contiene una lezione» (vedremo poi quale).

Quando, fino a circa dodici anni fa, occorrevo dieci riviste si stipulavano dieci abbonamenti. Adesso se si vogliono dieci riviste l'editore ne offre cento. A un prezzo, è ovvio, "molto conveniente". In poche parole questo è il *big deal*, il grande affare: la possibilità di accedere a tutto il catalogo, in aggiunta agli abbonamenti selezionati dall'acquirente, pagando un prezzo forfettario (che varia, a seconda del fornitore o delle dimensioni del contratto, a partire da un minimo del 3% del *base value* o *print value*: vale a dire la spesa storica dell'ente, cioè la spesa dell'ente sostenuta, in genere, due anni prima l'inizio del contratto). Ovviamente a contratto scaduto l'accesso perpetuo verrà garantito solo per le riviste in abbonamento (pagate a prezzo pieno). Le altre andranno perse.

L'analisi di Aspesi non risente di (vere o presunte) antipatie maturate all'interno della comunità bibliotecaria nei confronti di Elsevier, o di altri grandi multinazionali dell'editoria scientifica, dal momento che ha come solo obiettivo quello di valutare le *performance* del *business* dell'editore per consigliare ai suoi clienti se investire o meno denaro sulle sue azioni. La preoccupazione di Aspesi va al di là della valutazione se il *big deal* sia o no un buon modello contrattuale. Quello che è certo è che, considerata la costante diminuzione dei *budget* delle università, si tratta di un modello troppo oneroso. E, in prospettiva, rischioso anche per gli stessi editori. Infatti, all'interno di un mercato chiuso e protetto come quello dell'editoria scientifica, che ha permesso di far fare agli editori guadagni sempre consistenti anche in tempi di crisi, essendone stato l'architrave, il suo venir meno rischia di diventare il punto di frattura dell'intero sistema. Soprattutto, dice Aspesi, per un paio di ragioni, forse non strettamente economiche (o forse sì): per la presa di consapevolezza dei bibliotecari dell'insostenibilità di un modello tanto squilibrato (dove diminuiscono i *budget*, ma

<sup>8</sup> In Richard Poynder, *The demise of the big deal?*, «Open and shut?», March 14, 2011, <<http://poynder.blogspot.com/2011/03/demise-of-big-deal.html>>.

<sup>9</sup> E non da oggi. Già più di un anno fa, in un'intervista rilasciata a Richard Poynder, aveva pronosticato la fuga dal *big deal* da parte delle università di mezzo mondo (in particolare dal contratto Elsevier, quello di norma più oneroso), con conseguenti perdite da parte dell'editore calcolate nell'ordine del 20-30% circa. Si veda Richard Poynder, *Reed Elsevier: need for a progressive divestiture?*, «Open and shut?», June 8, 2010, <<http://poynder.blogspot.com/2010/06/reed-elsevier-need-for-progressive.html>>.

aumentano i prezzi e i guadagni) e a causa della costante crescita del movimento dell'*open access*<sup>10</sup>.

Di fronte alla parola d'ordine "risparmiare" (specialmente sulla spesa per i periodici) risulta quasi un esercizio retorico valutare se il *big deal* sia o meno un vero "affare" per le biblioteche. Che tuttavia va fatto, sia per capire le ragioni del suo successo, sia per mettere gli utenti e i gestori dei sistemi bibliotecari e dei consorzi di fronte a una valutazione obiettiva di ciò di cui si sta parlando. Prendere la decisione di uscire dal *big deal* potrebbe non voler dire aver fatto automaticamente un buon affare. Ma solo aver preso una decisione dolorosa ma inevitabile.

Vediamo.

## Il contesto

Il mercato dell'editoria scientifica è un mercato chiuso, protetto e privo di reale concorrenza, che «non si deve confrontare con nulla, se non con la capacità di acquisto, che è disposta a tutto»<sup>11</sup>. Il che determina aumenti di prezzi non correlati con la domanda, teoricamente infinita. Si tratta di un mercato popolato dai «capitalisti più spietati del mondo occidentale», secondo la definizione data dall'ecologista e scrittore inglese George Monbiot in un recente articolo uscito su «The guardian»<sup>12</sup> che, oltretutto, ha favorito per la sua natura chiusa fusioni e acquisizioni che hanno ulteriormente ridotto le capacità del cliente di fare scelte ponderate. Prima del 1999, anno del primo contratto Elsevier stipulato dai consorzi italiani, sul mercato c'erano almeno sette grandi competitor (Academic Press, Blackwell, Elsevier, Kluwer, Springer, Taylor & Francis e Wiley), oggi ridotti a quattro (a seguito dell'acquisizione di AP da parte di Elsevier e delle fusioni fra Kluwer e Springer e Blackwell e Wiley). In questo modo l'aumento dei prezzi (+302% tra il 1986 e il 2005, a fronte di un aumento dell'inflazione del 68% negli Stati Uniti<sup>13</sup>) e soprattutto l'aumento degli articoli (+6-7% annuo) è stato incontrollato e totalmente anarchico rispetto alla domanda<sup>14</sup>.

Specialmente quest'ultimo dato viene ricordato da chi, come Derek Haank, *chief executive officer* (CEO) della Springer, tende non solo a giustificare l'aumento dei prezzi, ma anche quello dei vantaggi delle biblioteche che sottoscrivono contratti *big deal*: «The reality is that our journals are growing in volume by 6% to 7% per year.

10 «I think there are three trends overlapping: a long term unsustainable trend, a cyclical funding crisis and a more tough minded and analytical community of librarians. Revenues for STM publishers have been rising faster than library budgets for many years, and librarians have had to cope with this discrepancy by cutting back their spending in other areas. We can all speculate whether this could have continued indefinitely or not, but it does not really matter: the financial crisis has led to widespread cuts in library budgets, forcing research libraries to take a harder look at what they spend on serials. Overlay to the funding crisis the realization that big deals forced librarians to take journals that nobody (or almost nobody) really accessed and you set up a perfect storm». Aspesi in Richard Poynder, *The demise of the big deal?* cit.

11 Franco Bungaro, *Il mercato inelastico*, 2007, <<http://unitosvicol.wordpress.com/2007/12/07/franco-bungaro-il-mercato-inelastico/>>.

12 George Monbiot, *The lairds of learning*, «The guardian», August 29, 2011, <<http://www.monbiot.com/2011/08/29/the-lairds-of-learning/>>.

13 Robert Darnton, *The library: three Jeremiads*, «The New York review of books», December 23, 2010, <<http://www.nybooks.com/articles/archives/2010/dec/23/library-three-jeremiads/?pagination=false>>.

14 Richard Poynder, *Not looking for sympathy* cit.

[...] Librarians need to accept that if they want access to a continually growing database, then costs will need to go up a little bit [...]»<sup>15</sup>.

Infine ad aumentare non sono solo prezzi e numero di articoli ma anche i ricavi dei grandi editori. I profitti di Elsevier, ad esempio, nel 2009, malgrado la recessione, ammontarono a più di un milione di dollari, con un margine operativo positivo del 36%<sup>16</sup>.

### Pro e contro del *big deal*

Quando fu stipulato il primo contratto con la formula del *big deal* le università ritennero sostenibile e anzi vantaggioso aumentare in modo così considerevole la mole di informazione offerta ai propri utenti a un costo tutto sommato ragionevole e con un aumento fissato per tutta la durata del contratto (il cosiddetto *price cap*).

I vantaggi del *big deal* sono stati facilmente venduti dagli editori e altrettanto facilmente fatti propri dai consorzi bibliotecari, attraverso l'analisi delle statistiche d'uso. In termini di ROI (*return of investments*, per calcolare il quale ovviamente occorre tenere in considerazione molti più parametri) il *big deal* ha fornito ai bibliotecari uno strumento di sicura attrattiva presso le amministrazioni di appartenenza, dal momento che il costo per articolo scaricato è andato via via diminuendo, soprattutto relativamente alle riviste non in abbonamento, pagate davvero molto poco.

Maggiore informazione disponibile ha significato maggiore possibilità di pubblicare da parte dei ricercatori, quindi maggiore visibilità, maggiore possibilità di essere citati, aumento del prestigio personale e della propria istituzione. Una recente indagine del RIN (Research Information Network)<sup>17</sup> ha dimostrato che almeno per quanto riguarda il Regno Unito, esiste una relazione positiva fra l'aumento dei *download* e la produzione scientifica, con vantaggi proporzionali anche in termini di finanziamenti economici: al raddoppiare del numero degli articoli scaricati l'aumento degli articoli scientifici è risultato più che triplicato, e più che quadruplicato è il totale delle somme ottenute come finanziamento della ricerca. Infine, fra i vantaggi, è da ricordare un'indiscutibile semplificazione contrattuale, amministrativa e gestionale (anche se l'esperienza direbbe il contrario, almeno per quanto riguarda il mantenimento degli abbonamenti imposto dai vincoli contrattuali, specialmente nel caso di grandi enti e consorzi formati da tante biblioteche difficilmente controllabili, con lunghe code onerose, in termini di tempo e denaro, per *reconciliation* di difficile composizione).

Per contro, il *big deal* ha una struttura estremamente rigida. Il contratto è basato sul posseduto storico dell'istituzione, pressoché imm modificabile e non riducibile. Ha tolto alle biblioteche la libertà di scegliere e di tagliare ciò che non era più rilevante per le proprie finalità di ricerca. Ha imposto (per rispettare gli impegni pluriennali e anche le aspettative della propria utenza) la convergenza dei *budget* sugli abbonamenti ai periodici elettronici a detrimento dell'acquisto di monografie. Ha costituito un tappo per il mercato, per lo stesso motivo: i tagli ai *budget* del 20-30% hanno impedito la crescita di editori di nicchia, di discipline umanistiche o delle scienze sociali, o addirittura minacciato la loro scomparsa e la contrazione dei mercati nazionali. Ha imposto un'enorme quantità di riviste inutili di basso livello, in continuo

15 Ivi.

16 <<http://reports.reedelsevier.com/arog/overview/index.html>>.

17 Si veda <<http://www.rin.ac.uk/our-work/communicating-and-disseminating-research/e-journals-their-use-value-and-impact>>.

umento, anche grazie alla prospettiva concessa alle società scientifiche che le possiedono di una visibilità che un tempo non era neppure immaginabile.

Di fronte a tanti argomenti ognuno con una sua indubbia efficacia, sia a favore sia contro, viene da porsi delle domande in manifesta contraddizione le une con le altre (un segno, forse, della confusione che regna in un difficile momento di transizione): come mai, di fronte a tanti sicuri vantaggi, molti consorzi universitari pensano di abbandonare il *big deal*? E d'altra parte, come mai a fronte di tante ed evidenti criticità tutti i consorzi universitari hanno sposato per una decade questo modello contrattuale? È possibile rendere "sostenibile" il *big deal*<sup>18</sup>? E in ultimo: come mai gli editori ancora oggi puntano tutte le loro carte su questa opzione scoraggiando di fatto ogni alternativa? Questa è la domanda più facile.

Cominciamo rispondendo alla seconda domanda: il *big deal* è stato ed è scelto perché, come sostiene ad esempio Audrey McCulloch, CEO della Association of Learned and Professional Society Publishers (ALPSP), o Pieter Bolman, CEO della Academic Press, è stato ed è ancora per le biblioteche, anche un *good deal*<sup>19</sup>.

Ma d'altra parte è anche vero quanto sostiene Claudio Aspesi: «C'è qualcosa di malsano in un settore che è riuscito ad alienarsi i suoi clienti a tal punto che le loro associazioni di appartenenza incentrano sempre più tempo e attenzione su come rovesciare la struttura industriale. Non è una cosa buona avere clienti che passano il loro tempo a cercare di metterti fuori mercato»<sup>20</sup>.

### A chi conviene

Per giudicare, in astratto, la convenienza di un modello contrattuale piuttosto che un altro occorre in primo luogo guardare i dati di accesso in modo critico.

Il metodo classico, è già stato detto, è quello di valutare la variazione percentuale del ROI, del ritorno di investimento, misurata durante la vigenza del contratto. E per fare questo il principale dato universalmente accolto (anche dagli editori) è quello del costo per articolo scaricato.

In particolare, quello che più dovrebbe essere messo sotto i riflettori è il dato degli accessi alle riviste che l'ente non possedeva prima del contratto, quelle cioè accedute a un prezzo forfettario certamente molto modesto: il vero valore aggiunto del *big deal*.

Vediamo tre casi emblematici nell'ambito del CIBER<sup>21</sup>, il consorzio interuniversitario che raccoglie quasi trenta istituzioni dell'Italia centro-meridionale.

Ho analizzato i dati relativi al contratto nazionale Elsevier di tre università (tabella 1): una "extra-large" - La Sapienza di Roma - con un elevato numero di abbona-

**18** Si veda ad esempio il tentativo fatto dal consorzio statunitense OhioLink, basato sull'analisi delle statistiche d'uso con relativo taglio, in una piccola percentuale, delle riviste meno consultate, in Geoffrey N. Gatten - Tom Sanville, *An orderly retreat from big deal*, «D-Lib magazine», October 2004, <<http://www.dlib.org/dlib/october04/gatten/10gatten.html>>.

**19** «But while the smaller members of the consortium may have had the most to gain from the Big Deal, every organization that signed up gained access to a wealth of new material. And this gain has grown over time, says Audrey McCulloch [...]. "A 2009 ALSP survey reported that on average the number of journals available via libraries more than doubled between 2000 and 2009," she says, "and the librarians responding widely attributed this to the success of big deals". In short, says Bolman, the advent of the big deal was a "win-win-win for authors, librarians and publishers"». Si veda Richard Poynder, *The big deal: not price but cost* cit.

**20** In Richard Poynder, *The demise of the big deal?* cit. (la traduzione è mia).

**21** Comitato interuniversitario base dati ed editoria in rete, <<http://www.ciber.it>>.

menti elettronici e un basso numero di riviste in formato cartaceo; una medio-grande - Università di Salerno - con un alto numero di abbonamenti cartacei (208, più 2 *e-only*); e una piccola - Università di Foggia<sup>22</sup> - con un numero relativamente basso di abbonamenti (40, nessuno cartaceo)<sup>23</sup>.

Nel caso della Sapienza 1.176 periodici non in abbonamento (il 65% del totale) generano il 34% dei *download*, a un costo di € 0,28 per *download* (mentre è di € 4,51 per i periodici in abbonamento, oltre 600. In totale il costo per articolo scaricato è di € 3,04).

Per l'Università di Salerno la situazione è quasi speculare: le riviste non in abbonamento (quasi il 90% del totale) generano il 60% dei *download* (a un costo unitario di € 0,75; il totale, inclusi gli articoli da riviste in abbonamento che, lo ricordo, sono sottoscritte tutte tranne due in formato cartaceo, è di € 6,44 per articolo).

L'Università di Foggia, che ha 40 abbonamenti, solo *online*, genera l'80% dei *download* dalle riviste non in abbonamento, a un costo di € 0,82 per articolo (totale € 2,23 per articolo). I dati sono facilmente spiegabili: La Sapienza spende molto e abbate il costo per *download*, rispetto a Salerno perché a fronte di un numero elevatissimo di abbonamenti, nella stragrande maggioranza in formato elettronico, paga una quota quasi uguale di *access fee* (la parte forfettaria per accedere a tutto il catalogo). Foggia approfitta di un basso numero di riviste in abbonamento (40, tutte *e-only*), di un ottimo utilizzo da parte degli utenti e di un *access fee* inferiore.

Se osserviamo in dettaglio la composizione dei *download* (tabella 2), ci si accorge inoltre che La Sapienza genera la maggior parte dei suoi *download* dalle riviste molto consultate: il 55% delle riviste (1.003) produce 100 o più articoli scaricati per anno, per un totale di 513.132 articoli, che corrispondono al 98% dei *download*. Fra i periodici in abbonamento (che sono 511, il 28% del totale) la percentuale sale addirittura al 99% (con 353.590 *download*, il 65% del totale). Fra quelle non in abbonamento il numero di riviste con il maggior numero di articoli scaricati è di 492, pari al 27% del numero totale di riviste. Queste generano il 30% dei *download* totali (159.542), pari al 96% dei *download* relativi alle riviste non in abbonamento.

In sostanza, si può dire che il *core* della collezione Elsevier della Sapienza è formato per i tre quarti da riviste che erano già in abbonamento prima del *big deal*, cui va aggiunto un altro gruppo di riviste, altrettanto numerose, ma che producono meno della metà di *download*.

Questi dati sembrano significare che La Sapienza non ha affatto bisogno di quasi duemila riviste. Gliene bastano poco più di mille. Certo, il vantaggio del *big deal* consiste nel fatto che le 492 riviste non in abbonamento che generano più di cento *download* hanno un valore contrattuale (non di listino, che è maggiore) di € 788.659 mentre per l'insieme delle riviste non in abbonamento viene pagata una quota di accesso pari a quasi € 39.000 (iva inclusa)<sup>24</sup>. Non solo: le riviste che in un'ipotesi draconiana cancelleremmo in blocco (quelle con meno di 100 articoli scaricati) producono circa 32.000 *download*, a un costo per articolo di 5 euro, che è molto, rispetto alle medie internazionali, ma molto inferiore al costo di un articolo sul mercato (circa 30 dollari).

**22** Ringrazio i responsabili degli uffici delle acquisizioni delle risorse elettroniche, Marcello Andria dell'Università di Salerno e Graziano Barca di quella di Foggia, per avermi concesso di utilizzare i dati relativi ai loro enti.

**23** Il calcolo comprende gli articoli scaricati sia dal sito dell'editore, <<http://www.sciencedirect.com>>, sia da quello dell'Emeroteca virtuale del CASPUR, <<http://periodici.caspur.it>>, e riguarda l'anno 2010.

**24** Questo valore, per il contratto Elsevier, varia da istituzione a istituzione, in base al numero di periodici in abbonamento e dalle dimensioni dell'ente.

Con il diminuire del numero degli abbonamenti naturalmente migliora il dato relativo all'accesso ai periodici non posseduti dall'ente. Proporzionando la soglia di "eccellenza" in rapporto al numero totale di *download* a 88 per Salerno e a 33 per Foggia risulta che per Salerno le riviste più consultate sono il 14% del totale (era il 55% il dato della Sapienza), e generano il 75% di tutti i *download*, mentre per Foggia il dato scende al 13%, che genera il 30% dei *download* complessivi (era il 98% la percentuale della Sapienza).

In sostanza una università piccola, con pochi abbonamenti trae un grande vantaggio dal *big deal*, mettendo a disposizione dei propri utenti un numero di riviste molto più alto di quanto le sue dimensioni e il suo *budget* non gli abbia mai potuto permettere.

### Prospettive e metodi nuovi per la decisione

La premessa a questa analisi numerica era che si sarebbe potuto trattare di un semplice esercizio retorico. Infatti al di là della convenienza o meno, dimostrabile attraverso semplici calcoli, il vero problema sta nella contrazione della disponibilità di spesa di tutte le università del mondo. Confermata anche in un recente sondaggio promosso da CARE<sup>25</sup>, che ha messo in luce come le aspettative di spesa delle università italiane sono uniformemente orientate al ribasso, in percentuali oscillanti fra il 10% (la più "gettonata") e il 20%. I tagli sono allocati in misura maggiore sulle monografie, proprio a causa dei vincoli contrattuali che legano gli enti agli onerosi contratti pluriennali per la fornitura di periodici.

Deborah Shorley, direttrice della biblioteca dell'Imperial College di Londra, ha sintetizzato in modo lapidario la situazione: «We don't have money in the sector and we can't afford to go on spending as we have»<sup>26</sup>.

Una soluzione va trovata.

Accertato che in molti casi si tratterà di operare una selezione che comporterà dei sacrifici, occorre trovare criteri che li indirizzino nel verso meno doloroso possibile.

Bisognerà forse cominciare a riformulare - o a formulare meglio - i parametri su cui misurare l'erogazione di un servizio così costoso e strategico, enfatizzandone maggiormente l'efficacia, più che l'efficienza. Se questa si misura, in estrema sintesi, attraverso il rapporto fra costo e prodotto, l'efficacia individua il modo con cui il servizio viene effettivamente erogato, mettendo in relazione gli obiettivi e i risultati raggiunti. Nel caso di un'istituzione universitaria, quali sono gli obiettivi primari da soddisfare? Tanto per cominciare, come per qualsiasi attività produttiva, ai concetti di efficienza ed efficacia si deve aggiungere il vincolo, tipicamente pubblico, dell'economicità. Si definisce "economico" il grado di copertura dei costi di gestione per ogni singolo servizio attraverso un determinato ammontare di proventi generati dal servizio stesso. Dunque se l'obiettivo è l'economicità, e se per calcolarla occorre saper valutare i proventi, la domanda va necessariamente riformulata: quali sono i proventi prodotti dal servizio di fornitura di informazione scientifica in una università? Per esempio, la produzione scientifica, la qualità della didattica e il relativo posizionamento all'interno delle più accreditate e autorevoli classifiche internazionali che si basano sulla misurazione di questi valori. Questo significa saper misurare i contenuti delle collezioni anche nella prospettiva di queste necessità prioritarie: quali sono le riviste su cui scrivono e sulle quali sono mag-

<sup>25</sup> Il gruppo di Coordinamento per l'accesso alle risorse elettroniche costituito nell'ambito della CRUI, Conferenza permanente dei rettori delle università italiane, <<http://www.cruic-care.it/?q=system/files/CARE++-INDAGINE+SULLA+CRISI.PDF>>.

<sup>26</sup> In Kadhim Shubber, *Cash-strapped libraries threaten to end journal subscription deals over rising costs* cit.

giormente citati i nostri autori? Quali sono le riviste su cui conviene pubblicare? Come fare ad aumentare la presenza dei nostri autori nelle riviste ad alto valore d'impatto?

Per rispondere a queste domande occorrono strumenti e competenze forse più sofisticate della semplice calcolatrice. Bisogna interpolare i valori forniti dalle metriche oramai affermate, come l'H-Index e l'Impact factor, e le nuove, come il Composite Index (rapporto fra costo per *download* e costo per citazione<sup>27</sup>), l'Eigenfactor<sup>28</sup>, ScImago Index<sup>29</sup> e l'Usage factor, recentemente proposto da Counter come variante dell'Impact factor da cui eredita la formula, sostituendo i *download* alle citazioni<sup>30</sup>.

Tutte queste metriche andranno poi riportate con il costo sostenuto e messe in relazione con la produttività dell'ateneo.

David Sweeney, direttore della ricerca e sviluppo dell' Hefce<sup>31</sup>, suggerisce che un modo per ridurre i costi (che non sia quello suggerito dalla Publishing Association, cioè «licenziare il personale»<sup>32</sup>) è proprio quello di interrompere la crescita fuori controllo della produzione scientifica: se l'aumento dei prezzi è anche imputabile, come è stato ricordato, al costante aumento dell'offerta, basterebbe pubblicare di meno, per contrarre le spese di produzione. Servono meno riviste di maggiore qualità e meno articoli<sup>33</sup>.

Servono anche più riviste *open access* e in generale modelli alternativi di distribuzione dei costi (accentuando per esempio il modello dell'*author pay*, che seppure serve solo a spostare l'origine del finanziamento, dal *budget* della biblioteca a un'altra fonte comunque pubblica, ha l'effetto positivo di liberare risorse per gli acquisti di altro tipo di materiale bibliografico).

Rispondendo infine alla domanda "più facile" (perché gli editori insistono con il *big deal* senza offrire un modello alternativo? Perché è il modello più conveniente per loro, evidentemente) viene da chiedersi come mai i consorzi e le università non riescano ad approfittare di questa posizione di scoperta debolezza. I *publisher* attraverso il *big deal* si garantiscono non solo introiti sicuri e soprattutto crescenti nel tempo, al di fuori da qualunque rischio d'impresa, ma esso permette anche loro di accreditarsi presso le società scientifiche proprietarie delle testate come un partner affidabile e insostituibile e di proporsi presso gli investitori come un bene-rifugio. L'appiattimento di un sistema commerciale sullo *status quo*, senza possibili alternative valide, dovrebbe porre l'acquirente in una posizione di forza (ti concedo quello che per te è irrinunciabile in cambio di...). È possibile trovare un compromesso che garantisca agli editori di mantenere alcuni privilegi in cambio di un miglioramento delle condizioni economiche di fornitura del servizio? Ad esempio, alzando lo sconto per la versione elettronica, o migliorando i meccanismi di *cross-access* interconsortili che garantiscano l'accesso a tutto il catalogo a livello di consorzio ma non di singola istituzione. Come mai finora questo non è successo? Forse perché dal lato nostro non siamo stati capaci abbastanza di negoziare le nostre reali

27 <<http://www.journalprices.com/>>.

28 <<http://www.eigenfactor.org/methods.php>>.

29 <<http://www.scimagojr.com/aboutus.php>>.

30 L'Usage factor mette infatti in rapporto il numero di *download* con il numero di articoli pubblicati in un determinato periodo di tempo: <[http://www.projectcounter.org/usage\\_factor.html](http://www.projectcounter.org/usage_factor.html)>.

31 Higher Education Funding Council for England <<http://www.hefce.ac.uk/>>.

32 Soluzione citata da David Prosser in Kadhim Shubber, *Cash-strapped libraries threaten to end journal subscription deals over rising costs*, «Felix», February 18, 2011, <<http://felixonline.co.uk/?article=8o8>>.

33 In Richard Poynder, *The big deal: not price but cost* cit.

necessità e di mettere sul piano un modello davvero alternativo e ugualmente efficace? Non siamo stati capaci di spostare il baricentro della trattativa dai nostri bisogni a quelli del fornitore? Questi ultimi sono stati così bravi da metterci nell'impossibilità di rovesciare i rapporti di forza? Il contesto negoziale non lo ha mai permesso?

## Conclusioni

La necessità di ridurre il numero di articoli pubblicati è una delle lezioni che può offrire al mondo dell'editoria scientifica l'analogia "imperfetta" con il mercato discografico di Claudio Aspesi, citata all'inizio.

Dapprima il mercato sembrò apprezzare – non potendo fare diversamente – la vendita di *long playing* e poi dei CD. Tuttavia l'arrivo del formato di compressione MP3 ha rimesso le cose a posto. Anche se non sempre in modo legale. Gli utenti hanno ricominciato a selezionare sulla base delle necessità senza farsi ingabbiare in modelli di *business* forzosi. Il mercato ha dovuto differenziare l'offerta di contenuti e trovare modelli di *business* innovativi per non venire travolto.

La lezione che se ne può trarre, dice Aspesi, è che, malgrado tutto, un'industria discografica esiste ancora; forse ha dovuto ridurre, anche drasticamente, la produzione, ma ha potuto anche trarre profitto dalle esperienze più innovative di chi ha saputo sfruttare la tecnologia e la libertà del Web.

Aspesi non cita direttamente l'*open access*. Tuttavia, sebbene nel mondo dell'editoria scientifica non vi sia un fenomeno assimilabile allo scambio illegale di file *peer-to-peer*, verrebbe da completare l'analogia paragonando la crescita di archivi istituzionali o disciplinari *open access* proprio alle modalità di scambio di *file* in rete (senza ereditarne la natura illecita!). Si tratta in ogni caso di una risposta che, al di là di altre proposizioni più nobili (massimizzare la visibilità e dunque l'impatto della propria ricerca), vuole aggirare i meccanismi tradizionali ed eccessivamente costosi dell'industria della comunicazione scientifica.

Il mercato trova i suoi anticorpi e l'industria ha il dovere di adattarsi. Questo, almeno, è quello che avviene in un mercato libero.

Tabella 1

	totale	% su tot.	DL totali	% su tot.	€ / DL
<b>Sapienza Università di Roma</b>					
Abbonamenti <i>print</i>	52		42.457		1,17
Abbonamenti <i>e-only</i>	586		317.849		4,93
Abbonamenti totali	638	35,171	360.306	66	4,51
Non in abbonamento	1.176	64,829	185.301	34	0,28
TOTALE	1.814		545.607		3,04
<b>Università di Salerno</b>					
Abbonamenti <i>print</i>	208		39.384		15,08
Abbonamenti <i>e-only</i>	2		536		20,44
Abbonamenti totali	210	11,577	39.920	40	15,15
Non in abbonamento	1.604	88,423	61.108	60	0,75
TOTALE	1.814		101.028		6,44
<b>Università di Foggia</b>					
Abbonamenti <i>print</i>	0				
Abbonamenti <i>e-only</i>	40		8.321		7,44
Abbonamenti totali	40	2,205	8.321	21	7,44
Non in abbonamento	1.774	97,795	30.659	79	0,82
TOTALE	1.814		38.980		2,23

Tabella 2

<b>Sapienza Università di Roma</b>	<b>numero abbon.ti</b>	<b>DL totali</b>	<b>riviste &gt;100 DL</b>	<b>% sul totale</b>	<b>% sui tit. in abb.to</b>	<b>DL &gt;100</b>	<b>% su tot. DL</b>	<b>%&gt;100 su DL in abb.to</b>	<b>valore da contratto</b>
Abbonamenti <i>print</i>	52	42.457	45	2	87	42.240	8	99	
Abbonamenti <i>e-only</i>	586	317.849	466	26	80	311.350	57	98	
Abbonamenti totali	638	360.306	511	28	80	353.590	65	98	
								<b>%&gt;100 su DL non in abb.to</b>	
Non in abbonamento	1.176	185.301	492	27	42	159.542	29	86	788.659
<b>TOTALE</b>	<b>1.814</b>	<b>545.607</b>	<b>1.003</b>	<b>55</b>		<b>513.132</b>	<b>94</b>		

  

<b>Università di Salerno</b>	<b>numero abbon.ti</b>	<b>DL totali</b>	<b>riviste &gt;88 DL</b>	<b>% sul totale</b>	<b>% sui tit. in abb.to</b>	<b>DL &gt;88</b>	<b>% su tot. DL</b>	<b>%&gt;100 su DL in abb.to</b>	<b>valore da contratto</b>
Abbonamenti <i>print</i>	208	39.384	89	5	43	36.011	36	91	
Abbonamenti <i>e-only</i>	2	536	2	0	100	536	1	100	
Abbonamenti totali	210	39.920	91	5	43	36.547	36	92	
								<b>%&gt;100 su DL non in abb.to</b>	
Non in abbonamento	1.604	61.108	174	10	11	38.579	38	63	564.303
<b>TOTALE</b>	<b>1.814</b>	<b>101.028</b>	<b>265</b>	<b>15</b>		<b>75.126</b>	<b>74</b>		

  

<b>Università di Foggia</b>	<b>numero abbon.ti</b>	<b>DL totali</b>	<b>riviste &gt;33 DL</b>	<b>% sul totale</b>	<b>% sui tit. in abb.to</b>	<b>DL &gt;33</b>	<b>% su tot. DL</b>	<b>%&gt;100 su DL in abb.to</b>	<b>valore da contratto</b>
Abbonamenti <i>print</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	
Abbonamenti <i>e-only</i>	40	8.321	22	1	55	8.136	21	98	
Abbonamenti totali	40	8.321	22	1	55	8.136	21	98	
								<b>%&gt;100 su DL non in abb.to</b>	
Non in abbonamento	1.774	30.659	218	12	12	21.550	55	70	151.907
<b>TOTALE</b>	<b>1.814</b>	<b>38.980</b>	<b>240</b>	<b>13</b>		<b>29.686</b>	<b>29</b>		

---

**ABSTRACT** Bollettino **AIB**, ISSN 1121-1490, vol. 51 n. 3 (luglio - settembre 2011), p. 201-211.

---

EZIO TARANTINO, Sapienza Università di Roma, responsabile acquisizione risorse elettroniche, piazzale Aldo Moro 5, 00185 Roma, e-mail ezio.tarantino@uniroma1.it.

### **Vivere o morire di *big deal*?**

Da oltre dieci anni i principali sistemi bibliotecari e consorzi di tutto il mondo sottoscrivono contratti con gli editori di pubblicazioni scientifiche utilizzando un particolare modello contrattuale detto *big deal*, che permette l'accesso – a prezzo scontato – all'intero catalogo della casa editrice.

Negli ultimi anni questo modello è stato messo in discussione a causa della sua rigidità e del progressivo aumento dei prezzi che le università, a causa della continua diminuzione dei budget, non riescono più a sostenere.

A fronte di alcuni vantaggi (l'abbassamento del costo per articolo, l'aumento della documentazione scientifica offerta agli utenti, una sostanziale semplificazione gestionale) le critiche più ricorrenti riguardano l'eccessiva mole di riviste inutili, la rigidità dei contratti e i costi in continuo aumento (anche a causa delle fusioni fra grandi editori che non consentono più di operare delle scelte ragionate), che stanno obbligando le biblioteche universitarie a rinunciare in modo sempre più vistoso all'acquisto di materiali bibliografici di altro tipo (monografie in primo luogo).

L'articolo fa il punto sulla situazione italiana (non senza tener conto dell'acceso dibattito sulle liste di discussione e sulle riviste internazionali) analizzando in modo critico i dati di alcune realtà universitarie di diversa grandezza. Lungi dal voler giungere a conclusioni preconcepite, cerca di descrivere al meglio pregi e difetti di questo modello di *business* nella prospettiva di dover far fronte – in tempi stretti – a decisioni che potrebbero costare sacrifici in termini di offerta, ma anche considerevoli risparmi.

### **To live or die of *big deal*?**

For over ten years the major library systems all over the world signed with scientific publishers contracts that followed the so said *big deal* model. This kind of contract ensures access to the entire publisher's catalog at a reduced price, and recently it has been challenged because of its excessive strictness and its ever-increasing price which the universities can't bear any longer, due to the continuing decrease of their budgets.

Despite some indisputable advantages – a lower cost per item, a bigger choice of journals, an essential simplification of all the proceedings and management – the criticisms focus on the large amount of unnecessary journals, on the rigidity of contracts and on the progressive price rise (part due to the mergers of large companies) that limits the academic libraries' options and increasingly forces them to give up the purchase of different kinds of materials – books in the first place.

Taking account of the heated debate all over the world, the article focuses on the Italian situation and analyzes the data collected by several academic libraries. This study means to set out the strengths and weaknesses of the *big deal* model, well aware of the pressing need to make serious decisions: perhaps for libraries it will mean to give up something in terms of the offer, but it could bear considerable savings too.