

Scenari In un saggio (Carocci) l'autore e accademico traccia una storia dal 1860 a noi che si snoda attraverso marchi, collane, aspetti economici. «Oggi prevale il giallo, la varietà si riduce e non pochi creativi si spostano sul multimediale»

Qualità e ricavi, l'impresa del libro

Bruno Pischedda: nel mondo editoriale le sperimentazioni si sono fermate

di Paolo Di Stefano

Gia il titolo dovrebbe mettere sull'avviso: *La competizione editoriale* (Carocci), non è una storia convenzionale dell'impresa libraria. Bruno Pischedda si pone e ci pone in una prospettiva inedita, ricostruendo, a partire dal 1860, un secolo e mezzo di editoria da un doppio punto di vista. Da una parte si indagano le strutture e gli assetti aziendali, gli organigrammi, la consistenza economica; dall'altra la vera e propria «competizione», cioè la concorrenza, viene osservata attraverso le collane, con le loro strategie e i numeri di vendita. Quel che poi colpisce è la scelta di soffermarsi su settori non particolarmente studiati finora (come la manualistica di fine Ottocento o i filoni economici che precedono il varo dei tascabili).

Pischedda, come mai gli studi sull'editoria in chiave economica sono rimasti finora piuttosto minoritari?

«Il motivo credo risieda in una certa inerzia umanistica, secondo cui fare libri è anzitutto o solo un fatto culturale, espressivo, estetico. Di rado si è pensato agli aspetti economici, alle costituzioni societarie, alle fonti di finanziamento che rendono possibile una moderna editoria e una circolazione allargata dei volumi. Naturalmente con alcune eccezioni: il lavoro di Enrico Decleva su Mondadori indica un modello luminoso; e altri buoni esempi vengono dalla Francia, dall'Inghilterra. Tuttavia che il libro sia un prodotto e che abbia da competere su uno specifico mercato, con i suoi usi e regole, a molti studiosi sembra ancora

una bestemmia. Dal canto mio, ho provato a fare storia dell'editoria italiana con l'occhio a due questioni: coordinando tutte le informazioni aziendali a oggi disponibili (in qualche caso reperendo dati alla Camera di commercio, o negli archivi degli istituti bancari); e in secondo luogo concentrandomi sulle collane librarie, con i relativi prezzi, assortimenti di titoli, grafica, scritture promozionali».

Perché proprio le collane diventano così rilevanti?

«Solo attraverso le collane, e finché le

collane avranno vigore, possiamo reperire le logiche concorrenziali che sottostanno al sistema. Grazie al fondamentale binomio emulazione/differenziazione, importazione dall'estero delle formule più redditizie o creazione autoctona ex novo, i marchi stabiliscono le rispettive identità. Una volta accertato un mercato, o un sotto-mercato, si tratta per l'editore di progettare collezioni da cui si attende il maggior vantaggio economico».

Per esempio?

«Per esempio gli Oscar nei confronti della Bur vecchia e nuova o dei Grandi Libri Garzanti. C'è poi un altro punto, che dovrebbe interessare lo specialista di questi argomenti: le collane valgono come termine medio tra il singolo titolo, di per sé non significativo, e l'universo dei titoli pubblicati. Sono il prezioso e forse unico strumento per rappresentare sensatamente le molteplici evoluzioni del mercato: per darne una storia, appunto, scampando per quanto possibile all'impressionismo e alla curvatura nostalgica del discorso (fine degli editori protagonisti, strapotere degli uffici marketing, comparsa di manager estranei alla filiera eccetera)».

Quali sarebbero da questo punto di vista le svolte più significative?

«Ho voluto partire dal secondo Ottocento, un'epoca alquanto remota, perché a quest'altezza mi pare si stabiliscano i crite-

ri di una collanologia contemporanea. Si esaurisce la formula delle collezioni chiuse, acquistabili per sottoscrizione, e si avvia la fase delle collane aperte, ricche di centinaia di titoli e da finanziare in un'ottica industrialista (la Biblioteca amena di Treves, la Romantica di Sonzogno). Ma sin qui siamo in un regime librario a carattere verticale, gerarchico: in alto stanno i marchi istituzionali, tipo Sansoni, Le Monnier, Utet; e in basso gli editori popolari, rivolti a un pubblico in via di lenta acculturazione (Salani, Nerbini, Bietti, il grande e dimenticato Perino)».

Come cambia lo scenario a partire dagli anni Venti?

«Sono anni segnati dal libro per tutti, dal libro di massa, che vedono Mondadori

in posizione rapidamente egemone. Nascono allora le collane «contenitore» (per esempio i romanzi della Palma), le collane

● Bruno Pischedda (Milano, 1956; sopra) insegna Letteratura italiana contemporanea all'Università degli Studi di Milano. Tra i suoi saggi: *L'idioma molesto* (Aragno, 2015), *Eco: guida alla «Nome della rosa»* (Carocci, 2016), *Dieci nel Novecento* (Carocci, 2019), *Satta, il capolavoro infinito* (Carocci, 2020). Per la Fondazione «Corriere» ha curato *La critica letteraria e il «Corriere della Sera». 1876-1945* (2011)

● Nella foto: l'installazione di Barbara Kruger *Thinking of You. I Mean Me. I Mean You*, al Moma di New York fino al 2 gennaio (foto E. Askey)

Il volume



● Il libro di Bruno Pischedda, *La competizione editoriale. Marchi e collane di vasto pubblico nell'Italia contemporanea (1860-2020)*, che ricostruisce un secolo e mezzo di imprese legate al libro, è edito da Carocci (pp. 544, € 44)



tematiche, le collane economiche. Subentreranno poi due altre novità: la rivoluzione del tascabile, con la distribuzione mista edicole-libreria; e, molto più vicino a noi, la stagione vorticosa dei collaterali (giornale più libro), che sembra rilanciare la formula chiusa, collezionabile. Invero non si tratta di fasi in senso stretto, ma di successioni tipologiche, con avanzamenti e ritorni».

Nel libro non si risparmiano accenti critici alla cosiddetta editoria di cultura, che ha prodotto collane e titoli di alta qualità senza badare al fatturato, con i conseguenti rovesci gestionali.

«Prendiamo tre case che hanno lasciato una traccia indelebile: Laterza, Einaudi e il Saggiatore (e bisognerebbe aggiungere Boringhieri, per la cultura scientifica e la psicologia). In ciascuno di questi casi, all'ampiezza e alla qualità delle proposte non corrispondeva un'adeguata costituzione finanziaria. Mentre Mondadori nel 1965 debuttava in borsa, Laterza si attardava su politiche sostanzialmente familistiche (bassa capitalizzazione e ripartizione dei settori d'impresa fra consanguinei). La straordinaria apertura disciplinare del Saggiatore, con Alberto Mondadori, dura in sostanza un decennio; poi neppure il sostegno palese o indiretto fornito dal padre Arnoldo mette al riparo il marchio da un drastico ridimensionamento».

L'esempio clamoroso resta Einaudi.

«A lungo, e talora anche genialmente, Giulio Einaudi conserva all'azienda un profilo unipersonale allargato (riunioni del mercoledì, moltiplicazione delle sedi, grandi team di collaboratori). Il padre Luigi con insistenza gli raccomandava il varo di una società per azioni, così da rimediare a una già insostenibile condizione di indebitamento. La risposta è stata una sorta di *public company*, nel 1955, che non ha sanato l'esposizione bancaria e che, nel 1983, ha condotto l'azienda sull'orlo del fallimento con sospetti di frode».

Ma spesso l'impressione è che se da una parte il disinteresse per i bilanci provoca crisi storiche, l'ossessione del mercato e l'affanno della competizione producono una pletora di collane simili tra loro per un pubblico in definitiva conformista e comunque alquanto ristretto.

«Io non sono un apologeta dell'esistenza. Non c'è dubbio che gli attuali assetti editoriali, ormai più sensibili ai bilanci e al conto economico, stiano rischiando una drastica sclerotizzazione dell'offerta. Stiamo cadendo nell'eccesso opposto: pubblicare sul sicuro, riconfermare il già noto, senza più sperimentazioni e lungimiranza di sguardo. La vicenda del *crime*, nelle sue varie declinazioni, è molto istruttiva; il poliziesco prevale ovunque, nella Biblioteca Adelphi come nella Memoria di Sellerio o nella serie Stile libero. Con un po' di ardimento, bisognerebbe stampigliare sulle copertine dei libri che ci sono cari: "Questo non è un romanzo giallo". Il fatto è che proprio l'industrializ-

zazione del libro richiederebbe invece un oculato bilanciamento tra riconferme e sperimentazione ragionata».

In questo modo viene chiamato in causa anche il sistema letterario, che in definitiva è uno dei motori primi del mondo editoriale.

«Sì, da un quarantennio a questa parte ciò che chiamiamo sistema letterario ha perso molto in termini di vivacità. Non credevo di dover rimpiangere la stagione delle avanguardie, del Gruppo 63, ma è indubitabile che lo smarrirsi di una componente dinamica e magari anche destabilizzante ha comportato una sorta di appiattimento sul terreno del romanzo, e di conseguenza sul terreno editoriale. Una volta escluse le sperimentazioni, il livello medio di qualità si confonde con quello di intrattenimento, riducendo assai la varietà dell'offerta».

Pessimista sul futuro?

«No, si richiede uno sguardo più ampio: perché se parliamo di narratività, e non di narrativa scritta, all'impoverirsi dei

Prospettive

«Da alcuni decenni si è persa vivacità. Non credevo che avrei dovuto rimpiangere il Gruppo 63 e la stagione delle avanguardie»

livelli che determinano la letteratura corrisponde invece un ricco articolarsi per qualità e generi della produzione multimediale (serie tv, essenzialmente, verso cui oggi sembrano convergere non pochi talenti creativi)».

Quali editori meglio di altri sono riusciti a contemperare mercato e qualità della proposta?

«Volendo evitare la chiamata in causa della solita Adelphi, mi sembra che tre marchi, di diverso peso, siano degni di attenzione. La romana e/o, che ha saputo coniugare il vasto successo di Elena Ferrante con un'ardita e vincente proiezione sui mercati esteri, di cui la consorella Europa Editions, con sedi a Londra e a New York, dà il segno tangibile. La piccola Neri Pozza condotta da Pippo Russo (partecipe della combinazione veronese-vicentina Athesis), che ha perfezionato una proposta medio-colta, particolarmente gradita al pubblico femminile. E il Gruppo editoriale Mauri Spagnol (Gems), di cui appare convincente, o più convincente che in altri casi, la concentrazione radiante di molti marchi, salvaguardandone per quanto possibile autonomia e identità storica».

Che cosa distingue l'editoria italiana dalle altre editorie?

«Per decenni, e nei casi migliori, i nostri tycoon sono stati dei pionieri, disposti a importare da noi le formule commerciali e le proposte che avevano fortuna all'estero. Molto presto si è costituito uno spazio editoriale europeo, poi euro-americano. Se è esistito uno stigma per l'apparato nazionale, è forse la lentezza nell'allineamento delle prospettive industriali straniere. E questo con un duplice risvolto: positivo, perché più a lungo si è difesa

l'autonomia culturale-artigianale; negativo, perché è una delle tante ragioni che determinano la ristrettezza del bacino di riferimento e i lettori continuano a scaraggiare».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

