

1898, a piano terreno contiene, oltre ai fondamentali servizi della sala di lettura (coi principali giornali, riviste e libri da consultare) e della biblioteca circolante, anche una sala da the, *Albion tea room*, per favorire la socialità. All'inizio del secolo il Gabinetto è frequentato da giovani appassionati al dibattito delle riviste fiorentine, come il «Leonardo» di Papini e «La Voce» di Prezzolini; nel 1907 pure il cesenate Renato Serra si abbona e prende in prestito le opere di Kipling e *L'évolution créatrice* di Bergson. L'incremento delle registrazioni annuali si interrompe durante la prima guerra mondiale e in tale periodo compaiono sui registri principalmente nomi italiani, con una prevalenza femminile.

Il catalogo si presenta come un album illustrato d'altri tempi: sulla raffinata copertina, con lo sfondo di scritte da un registro dei prestiti, compare una veduta settecentesca di piazza S. Trinita coi palazzi Buondelmonti e Feroni e in quarta di copertina una stampa di fine Ottocento col Palazzo Vieusseux in via Vecchietti. Le immagini a colori (di documenti, personaggi, riviste e libri) sono strettamente correlate al testo a cominciare dall'albero genealogico della prestigiosa famiglia ginevrina che sconfinava nel frontespizio. Il volume è un felice esempio di come la storia di un istituto bibliotecario, interpretata alla luce del nesso 'sede - produttore - biblioteca - libri - lettori', possa contribuire a illustrare il passato di una città senza annoiare il pubblico non accademico con ponderosi tomi.

ROSARIA CAMPIONI

GIULIANO VIGINI, *Guida ai piccoli editori del Novecento*, Milano, Metamorfosi, 2020, (Piccola biblioteca dell'agenda letteraria), 88 pp., ISBN 978-88-948-9311-3, 12,90 €.

DOI: <https://doi.org/10.6092/issn.2240-3604/12659>

essere un 'piccolo editore' non significa soltanto appartenere a una forma di categorizzazione utile allo studioso del mercato editoriale; ma anche riconoscere la propria identità di custode di un sapere particolare e di nicchia ma non per questo meno fondamentale nella costruzione del patrimonio culturale del Paese. Per provare ciò, Giuliano Vignini svolge la sua esposizione del mercato editoriale 'minuto' nostrano, scattando una fotografia di un'Italia che forse non esiste più ma che di certo ha costituito per decenni l'unica fonte di sbocco di proposte editoriali molto originali - addirittura, alle volte, anticipandone lo sbarco nel mercato generalista. All'autore va infatti il merito di aver rinunciato a un approccio snobistico, decidendo di evidenziare le connessioni commerciali e umane che legano la piccola e grande editoria (invece delle pur evidenti differenze che le separano).

Vigini stila duecento schede di altrettanti editori del Novecento (dal 1901 al 1990) considerandone la storia e le collane - vera 'carta d'identità' di una casa editrice, data la rilevanza loro attribuita; alle volte vi aggiunge dei commenti, tutti elogiativi. La scelta di non avventurarsi verso gli anni Duemila è spiegata nella 'Premessa' (pp. 9-11): scopo del libro è raccontare la storia della piccola editoria prima che gli stravolgimenti sociali, economici, tecnologici del Duemila accrescessero il numero di nuovi editori «al punto da rendere impossibile avventurarsi in qualsiasi tipo di scelta».

Due sono i particolari-chiave per l'analisi dei dati forniti dal libro: la data di fondazione della casa editrice (che non a caso è tra le prime informazioni fornite) e il suo settore d'impresa. La tesi sviluppata è infatti duplice: che gli anni settanta e ottanta abbiano favorito la costituzione di «una 'piccola editoria' che ha consentito all'intera editoria italiana di articolarsi e svilupparsi in modo rilevante»; e che proprio questi piccoli editori abbiano colto molto prima dei grandi gruppi economici del settore «una delle trasformazioni in atto della società italiana», ossia «che [essa] andava scomponendosi in tipologie di pubblico con bisogni sempre più segmentati».

Quali siano le ragioni di queste trasformazioni, evidentemente complesse, dobbiamo desumerlo da noi: Vigini non si arrischia a svolgere un'analisi più approfondita dei dati a sua disposizione - e questo è anche il più grande limite del libro. Vigini riduce infatti alle poche pagine della già citata prefazione uno studio del quadro generale che invece sarebbe stato opportuno ampliare in una sezione dedicata, considerando poi il valore didattico di un libro indirizzato a un pubblico di giovani (come suggerisce l'introduzione a pagina 7 di Gianni Rizzoni: «Sempre più giovani universitari si interessano a questo prezioso giacimento»). Di questo mercato editoriale sappiamo tuttavia soltanto l'epilogo: una parziale cannibalizzazione compiuta da aziende più grandi che, una volta notata l'esistenza di uno spazio editoriale 'altro', hanno cominciato ad «articolare le loro proposte, rendendo anche meno visibile la qualità originale» del catalogo dei piccoli editori.

Un esito che d'altronde non ci deve sorprendere: Valentino Bompiani diceva che un editore deve essere «aggressivo, prepotente e colonialista» (da *Il segreto di Arnoldo Mondadori*, «Nuova Antologia», fasc. 2149, gennaio-marzo 1984, pp. 299-302), e grazie all'attività di catalogazione del libro si può notare che i più attivi sono in questo caso il Gruppo Giunti (che assorbe case editrici come Fatatrac e Organizzazioni Speciali) e il Gruppo Mauri Spagnol (che acquisisce La Coccinella, Nord e il più famoso Ponte alle Grazie). Può però succedere che un piccolo editore possa arrivare a inglobarne un altro: è il caso del Gruppo Mimesis con l'editore Jouvence, o delle Edizioni del Sole 24 Ore che, da giovane editore nato dalla costola di un quotidiano, nel giro di poche pagine diventa proprietario della Libri Scheiwiller.

Ed è proprio tramite la famiglia Scheiwiller che Vigni mostra l'ecllettismo dei piccoli editori italiani - grazie anche a un ordine che è fortunatamente sia alfabetico che cronologico. Gli Scheiwiller vengono infatti citati per la prima volta a pagina 16 con la quinta casa editrice del catalogo, All'insegna del Pesce d'Oro, definita da Vigni «una delle più grandi avventure editoriali del Novecento». Vanni Scheiwiller (il figlio) compare poi nella veste di collaboratore editoriale per Bancaria Editrice qualche pagina dopo (p. 18), in merito al catalogo *La banca e il libro* (che scopriamo possedere un'insospettabile prefazione di Umberto Eco). È però l'insolita - per gli standard del libro - lunghezza attribuita alla scheda di Libri Scheiwiller a suggerirci l'importanza di questa casa editrice, meritevole di aver diffuso in Italia testi di importanti poeti italiani e stranieri come Alda Merini ed Ezra Pound. Scrive Vigni: «restando fedele alle proprie scelte e al proprio stile, Vanni saprà mantenere vivo il marchio originario e il proprio [...] rendendoli nel tempo sempre più autorevoli e appetibili».

Un commento applicabile praticamente a quasi tutte le avventure editoriali citate nel libro: piccole case editrici nominate a riflesso del suo fondatore o fondatrice (come la Di Mauro, la Nardini, la Neri Pozza, ...), specializzate nella «scoperta (o riscoperta) di autori e patrimoni culturali dimenticati» (p. 10) e capaci di trovare «spazi commerciali e culturali ancora non coperti» dai grandi editori. Poesia, arte, geografia, turismo sono i grandi temi trattati, ma Vigni ha il merito di non dimenticare le imprese editoriali specializzate in testi dedicati alla storia locale - sono troppe, infatti, perché rappresentino solo un riempitivo: Piazza e Viglongo a Torino, Lubrina e Grafica e Arte a Bergamo, CUEC Editrice e Ilisso in Sardegna...

Fa più impressione vedere incluso nel novero anche case editrici che piccole oggi non sono: E/O, Rubbettino, Jackson, Iperborea. Il loro inserimento dà l'opportunità al lettore di capire che anche per l'editoria esiste una 'scala mobile', frutto sia di intelligenti scelte editoriali (come il caso di Iperborea) che di fortunate scoperte autoriali (è il caso di E/O con il 'fenomeno' Elena Ferrante).

Visto dunque il grado di interesse che tali vicende possono suscitare nel lettore, avrebbe giovato all'economia del testo l'inserimento della piccola editoria cattolica, già approfondita da Vigni nel libro *Storia dell'editoria cattolica in Italia. Dall'Unità a oggi* (edito per Editrice Bibliografica nel 2017) nel quale, tuttavia, i profili delle piccole e piccolissime case editrici di ispirazione confessionale si smarriscono all'interno di un più vasto orizzonte storico-critico.

Ciò detto, è indubbio che la *Guida* di Vicini si configuri come un importante vademecum per ogni studioso di storia dell'editoria, sia per la sua attività di catalogazione sia per il merito di portare ad un pubblico generalista una memoria storica che altrimenti sarebbe andata persa.

GUGLIELMO CROTTI