

Allegata al volume, purtroppo privo dell'indice dei nomi, è l'intelligente «Carta di Navigazione»: una sorta di mappa concettuale del progetto, sempre di Casali (il testo è lo stesso del saggio che apre il volume), per la mostra permanente che si prevede di allestire a Spello nel 2015. Oltre a ciò, è un emozionante DVD, parte di un paratesto ricco che si lascia al lettore futuro il piacere di scoprire. Il supporto digitale custodisce un documentario a episodi (dodici, come i mesi dell'anno), intitolato «Tempo al tempo», un proverbio reso celebre proprio dal «Barbanera». La sapiente regia di Luigi Campi guida la partecipazione di noti personaggi (dal premio nobel Dario insieme con il figlio Jacopo Fo all'astronauta Umberto Guidoni, a Susanna Tamaro) accanto a straordinari esempi di quello che altrove nel volume è ricordato come «agricivismo» (p. 285), donne e uomini che incarnano oggi la tradizione sostenibile dell'astrologo più famoso e longevo d'Italia.

PAOLO TINTI

**JEAN-YVES MOLLIER, BRUNO DUBOT, *Histoire de la librairie Larousse (1852-2010)*, Paris, Fayard, 2012, 736 p., ISBN 978-2-213-64407-3, € 28,00.**

**C**et ouvrage, qui se présente comme un essai écrit à quatre mains (sans qu'on sache exactement ce qui revient à chacun des deux auteurs), vient enrichir la thèse de doctorat, dirigée par Jean-Yves Mollier, que Bruno Dubot a soutenu en 2009 sur *La librairie Larousse de 1895 à 1952*, en explorant l'histoire de la célèbre «Maison du dictionnaire» en amont (1852) et en aval (jusqu'à nos jours). Ainsi complétée, cette *Histoire de la librairie Larousse* éditée par Fayard, qui garde toutes les caractéristiques de la thèse par la minutie de l'exposé, l'abondance de la documentation puisée aux sources d'archives et la richesse de la bibliographie, comblera les chercheurs par son exhaustivité.

Les origines de cette maison d'édition remontent à 1851, lors de la rencontre entre Pierre Larousse et Augustin Boyer, deux instituteurs profondément acquis aux idées républicaines et laïques: le premier est adepte de la Libre Pensée, le deuxième vient d'être démis de ses fonctions pour anticléricalisme. Ils vont poursuivre leur mission de pédagogues sous une autre forme, en qualité d'éditeurs d'ouvrages scolaires; Pierre Larousse, qui en a déjà écrits plusieurs, a à cœur de diffuser au plan national sa *Lexicologie des écoles primaires* (1849). Cette culture d'instituteurs, dont la devise est «Instruire tout le monde sur toutes choses», sera donc véhiculée par la maison Larousse & Boyer.

Les deux associés s'installent dans le Quartier latin, et fondent une Librairie classique qui se développe grâce à la vente de manuels scolaires, dont le *Nouveau Dictionnaire de la langue française* (1856), le premier des

«dictionnaires Larousse», est le produit phare. Mais son auteur ne s'en contente guère, car il nourrit un projet bien plus ambitieux: celui d'une très grande encyclopédie, que Victor Hugo qualifiera de «monument élevé au dix-neuvième siècle». En 1869 il se sépare de son associé, et afin de se consacrer à celle qui devait être l'œuvre de sa vie, s'entoure d'une équipe de collaborateurs et devient l'auteur-imprimeur-éditeur du *Grand Dictionnaire universel du XIX<sup>e</sup> siècle*, «la plus vaste entreprise du siècle», comparable à l'*Encyclopédie* de Diderot et d'Alembert. Il n'en verra pas l'achèvement; son entreprise sera interrompue en 1875 par son décès, et le dernier des quinze volumes qui la composent sortira posthume en 1876, par les soins de sa veuve et de son neveu Jules Hollier. Ce dernier prendra la succession de la maison Vve P. Larousse et C<sup>ie</sup>, et se rapprochera de la Librairie Boyer, avec laquelle il finira par fusionner.

En 1885, les neveux des deux fondateurs reconstituent une nouvelle Librairie classique, qui sera consolidée par de nouveaux statuts en 1895. C'est la «génération de la Semeuse» (appellation donnée par le nouveau logo de la maison, dessiné par Eugène Grasset), qui fera prospérer l'entreprise en profitant du contexte social et culturel favorable de la Troisième République: une instruction primaire généralisée et une élévation constante du niveau de vie des Français. Des deux directeurs-gérants de la «Maison du dictionnaire», Claude Augé, ancien instituteur comme Pierre Larousse, s'attache à rénover le fonds d'ouvrages scolaires et les dictionnaires encyclopédiques, tandis que Georges Moreau fonde de nouvelles collections populaires et des revues de vulgarisation et d'encyclopédisme pour conquérir toutes les couches sociales.

Désormais, le nom «Larousse» est devenu synonyme de «dictionnaire» en France, et la Librairie adopte une habile politique de communication. En revanche la Grande Guerre et le premier après-guerre constituent une période de crise: crise sociale (les salariés contestent la politique pratiquée par la maison) et crise directoriale (Lucien Moreau, fils unique de Georges Moreau, est un haut responsable de l'Action Française). La Librairie résoudra ces conflits par un renouvellement de sa politique paternaliste, ainsi que de nouveaux statuts qui provoquent l'exclusion de Lucien Moreau.

Avec la troisième génération de directeurs-gérants, la Librairie entre dans une nouvelle période de son histoire (1920-1952). La stratégie éditoriale est rénovée: les catalogues sont rationalisés et les dictionnaires encyclopédiques réactualisés. Larousse, qui veut rester hégémonique dans ce secteur, signe même en 1933 avec son concurrent Hachette un *gentlemen's agreement* qui lui permettra de conforter sa position; sous l'impulsion d'André Gillon, l'ensemble du travail est réorganisé et modernisé, et la maison de la Semeuse part à la conquête de nouveaux marchés étrangers. Les nouvelles lois sociales introduites par le Front Populaire déplaisent à la direction, qui saura utiliser les décrets de 1938 pour les contrer; ensuite elle prospérera pendant la période vichyste, qui

lui permettra de restaurer les anciennes hiérarchies et de faire des bénéfices exceptionnels.

Le deuxième après-guerre sera dominé par la reconstitution, puis par le renouvellement du fonds d'édition; l'arrivée aux commandes de la quatrième génération de directeurs date de 1951, et en 1952 on fête les cent ans de la maison. La Librairie Larousse profite alors de la croissance des Trente Glorieuses, et son chiffre d'affaire s'envole; la production s'ouvre à l'international avec la multiplication de filiales, tandis que le catalogue se diversifie en s'ouvrant à l'enseignement supérieur. Mais l'horizon s'obscurcit avec la parution, en 1963-1964, du *Dictionnaire de la langue française* de Paul Robert, et encore davantage avec *Le Petit Robert*, qui apparaît d'emblée comme un rival redoutable pour le *Petit Larousse illustré*.

Face à la concurrence, au début des années 1970 l'entreprise commence à se modifier en profondeur. Dans un premier temps, elle réoriente sa politique par un certain nombre de choix, avec l'arrêt de l'expansion à l'étranger, la suppression des revues et le recentrage sur les livres à forte rentabilité.

En l'espace de dix ans, paraissent le *Grand Dictionnaire Larousse de la langue française* (en sept volumes), la *Grande Encyclopédie Larousse* (en vingt volumes) et le *Grand Dictionnaire Encyclopédique Larousse* (en dix volumes). Mais cet effort éditorial titanesque dans un contexte concurrentiel exacerbé (Larousse doit affronter Hachette et le Robert), au lieu de relancer les ventes, comporte de lourdes contreparties. La situation financière se dégrade, les bénéfices s'effondrent, le chiffre d'affaire stagne; rejetant la faute sur Claude Moreau, en 1979, le Conseil de surveillance ainsi que les actionnaires le remplacent par un étranger à la famille (Georges Lucas).

Il se révélera impuissant à redresser la situation: en 1983, la maison est réduite à 400 salariés et a perdu 60% de son personnel, si bien que la majorité des actionnaires décide de vendre la maison au plus offrant. En 1984, c'est CEP Communication qui remporte le marché, mais dans les années successives, la firme Larousse sera en butte aux rachats, fusions et concentrations d'un secteur en constante restructuration, en passant du Groupe de la Cité (en 1988) à Havas Publication Edition (1997), puis Vivendi Universal Publishing, à Editis (2003), puis au pôle Référence au sein de Hachette Livre du groupe Lagardère (en 2004).

Au terme de cette histoire longue de cent soixante ans, à partir des constantes par eux-mêmes relevées, les auteurs livrent quelques réflexions conclusives. Premièrement, l'histoire dynastique des Larousse reflète celle du capitalisme familial français: un modèle qui requiert un unique successeur par génération et qui exclue les femmes; en l'absence d'enfant mâle, le successeur est choisi parmi les neveux.

L'héritier est subordonné à la famille, et la transmission, qui exige un attachement indéfectible à la pérennité de l'entreprise, comporte un transfert de compétence, de propriété et de moralité. Deuxièmement, le

succès a toujours été le résultat d'une bonne compréhension du marché, et d'une adaptation constante aux attentes du public; de 1852 à 1982, la longévité de l'entreprise a correspondu à une recreation permanente, et le renouvellement des générations de directeurs-gérants a rendu possible l'innovation. Mais cette logique du capitalisme vertueux se brisera lors des grandes mutations qui commencent pendant les années 1980, et qui mettent à mal le modèle familial qui ne sait anticiper et prévoir les évolutions à venir du marché.

Pour ne pas l'avoir compris, la Librairie Larousse a payé le prix fort: celui de son déclin d'abord, et de sa disparition en tant qu'entreprise indépendante ensuite.

MARIELLA COLIN

**MILVA MARIA CAPPELLINI, ALDO CECCONI, PAOLO FABRIZIO IACUZZI, *La rosa dei Barbèra. Editori a Firenze dal Risorgimento ai Codici di Leonardo*, a cura di Carla Ida Salviati, presentazione di Paolo Galluzzi, Firenze-Milano, Giunti, 2012, ISBN 978-88-09-77087 4, 284 p., ill., 19,00 €.**

m

olte sono ormai le case editrici a beneficiare di cataloghi storici e di monografie sui principali protagonisti che hanno animato il lungo corso della produzione anche nell'arco di più di un secolo di storia editoriale.

La Barbèra, all'insegna della Rosa, il cui fondatore nell'Ottocento ha lasciato scritti di notevole caratura come le *Memorie* e i suoi eredi gli *Annali* della parte più di rilievo e maggiormente consistente della sua attività, beneficiava fino ad ora solo di sporadici saggi e di limitate visioni d'insieme. Questo libro copre dunque una vistosa lacuna e si presenta ricco di dati soprattutto nella prima parte, a firma Milvia Maria Cappellini, ovvero quella che si riferisce al fondatore Gaspero Barbèra e ai suoi due figli Piero e Gino, mentre la seconda parte, prevalentemente puntata sulla nuova e attuale conduzione, risente di una certa approssimazione e di stringata elaborazione. Il volume, composto da una lucida introduzione di Paolo Galluzzi, annovera anche due importanti appendici, una corretta bibliografia, un copioso indice dei nomi e un fascicolo gradevolissimo di immagini a colori ed è curato con l'abituale rigore da Carla Ida Salviati.

Ma addentriamoci nello specifico della lunga storia editoriale della Barbèra che iniziata in pieno Risorgimento approda all'Italia unita e si avvia verso la prima guerra mondiale per poi riflettersi nel fascismo e giungere fino a noi con una ragione sociale nuova elaborata dopo il fallimento dell'antica casa avvenuto nel secondo dopoguerra, ovvero l'attuale Giunti editore. La Giunti Barbèra, ora Gruppo editoriale Giunti, ha fra i suoi meriti quello di aver salvato il vecchio marchio all'interno del suo catalogo e soprattutto di non aver disperso nulla di ciò che restava