



BIBLIO  
THECAE  
.it



ALMA MATER STUDIORUM  
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA  
DIPARTIMENTO DI BENI CULTURALI

**Roberta Cesana**

*Storia della competizione editoriale,  
tra politiche di collana e strategie di mercato*

Conviene iniziare a presentare l'ultimo lavoro di Bruno Pischedda, *La competizione editoriale. Marchi e collane di vasto pubblico nell'Italia contemporanea 1860-2020* (Roma, Carocci, 2023), proprio partendo da una breve analisi del titolo, che da una parte, dopo aver letto il libro, può risultare elusivo, poiché non utilizza l'espressione "storia dell'editoria" che di fatto, invece, ben si addice alla ricostruzione della storia della aziende editoriali e delle collane librarie che l'autore ha qui meticolosamente condotto, in un'indagine estremamente analitica e allo stesso tempo parecchio avvincente, di gradevolissima lettura. Un'indagine, però, alla quale l'autore ha dato un'impostazione, anche metodologica, diversa da quella a cui ci hanno abituato gli studi storici che finora prevalentemente si sono occupati di questo argomento. E quindi posso immaginare che da qui venga la scelta di non utilizzare l'espressione "storia dell'editoria" nel titolo. Del resto, Pischedda muove dalla sua personale e profonda conoscenza delle coordinate del sistema letterario contemporaneo e dei rapporti che questo sistema letterario intrattiene con il campo della produzione editoriale, per offrire uno spaccato direi sociologico, prima ancora

che storico, delle aziende editoriali e delle collane di vasto pubblico dall'Unità d'Italia a oggi. Così facendo non solo ci offre uno sguardo inedito, critico, mai scontato, ma davvero si distingue da tutte le altre storie dell'editoria uscite finora, e con esse fa il paio ma in maniera complementare, offre cioè una nuova angolazione prospettica dalla quale guardare la storia della nostra editoria, che in nessun modo duplica le ricostruzioni di cui già disponiamo. Tutto considerato, quindi, possiamo dire che il titolo scelto, di fatto, è semplicemente perfetto, perché davvero riesce a enucleare con precisione, esaustività ed efficacia tutti gli elementi fondamentali intorno ai quali ruota questo lavoro. È un titolo eloquente, proprio nell'esplicitazione che offre del punto di osservazione scelto dall'autore e persino dei legami che intercorrono tra i diversi elementi di questo cimento interpretativo.

Il titolo dunque, *La competizione editoriale*, ci dice subito che protagoniste di questa indagine sono le aziende editoriali, con i loro organigrammi e con le diverse tipologie di risorse economiche sulle quali ciascuna di esse può, di volta in volta, contare. A Pischedda non interessa tanto l'editore protagonista, quanto quello che lui stesso propone di definire l'«editore proprietario». Il titolo ci dice anche che gli editori proprietari e le aziende editoriali sono tra loro in competizione, e che la storia di questa competizione è la storia dell'editoria come comparto produttivo, che ora va ad affiancarsi alle storie degli altri comparti industriali di cui già disponiamo, e a colmare, dunque, un vuoto, visto che finora non disponevamo di una storia dell'industria del libro in Italia. E qui arriva il sottotitolo, con la declaratoria dell'osservatorio specifico dal quale Pischedda sceglie di analizzare la competizione editoriale, perché è proprio nella strategia di collana che si va a misurare la concorrenza tra i marchi. Le collane sono intese quasi come genere editoriale, sicuramente come progetto di mercato, come veicolo di concorrenza, come specchio della strategia d'impresa, perché è dalla costituzione societaria, e dall'entità del capitale sociale, che discendono gli spazi di manovra a disposizione dell'editore, e nella fattispecie delle collane: così si misurano tempestività, dimensione

e durata delle stesse. Le collane dunque (cito dalla Premessa) sono il «precipitato di una strategia competitiva», sono il «luogo catalografico in cui le logiche concorrenziali assumono la maggiore evidenza», consentono «prospezioni ampie ma non impressionistiche», proprio in quanto «enumerabili».

Le collane, insomma, sono lo strumento che serve allo studioso (oltre che al lettore e all'editore) per interrogare il mercato librario (in Conclusione del suo lavoro Pischedda scrive: «fuori delle collane non si saprebbe come interrogare il mercato librario»). Per far questo, l'autore non si propone di esaminare la totalità delle collane pubblicate in Italia dall'Unità a oggi, bensì concentra la sua attenzione su quelle ritenute più significative riguardo alla quota di vendite, ed ecco il "vasto pubblico" del titolo (del quale Pischedda molto si è già occupato anche altrove, ricordo solo *Dieci nel Novecento. Il romanzo italiano di largo pubblico dal Liberty alla fine del secolo*, Roma, Carocci, 2019). Quindi il pubblico delle collane molto lette, ma paradossalmente poco studiate; eppure, sono proprio quelle che ci servono per capire come si organizza la cultura del libro nell'Italia contemporanea: dal 1860 al 2020. Vale la pena soffermarsi un attimo anche su questa periodizzazione. Innanzitutto, mi pare di poter dire che una delle questioni che stanno più a cuore a Pischedda è quella di retrodatare l'esordio dell'editoria societaria rispetto a quanto si rappresenta di solito, collocandolo fermamente negli anni Cinquanta e Sessanta dell'Ottocento; un termine *a quo* che è importante individuare e fissare con sicurezza perché è solo in un ambiente editoriale in via di industrializzazione che possono apparire le collane librerie modernamente intese, le collane aperte dunque, non più le collane chiuse e le biblioteche sulle quali si era basata fino a quell'altezza la pratica della sottoscrizione e dell'associazione. Il termine *ad quem* invece, altrettanto dirimente, è il 2020, perché solo seguendo tutta la parabola delle collane, dalla prima industrializzazione editoriale fino alla più matura industria dei contenuti, è possibile verificare, come dicevamo, la dimensione, la durata, la tenuta del fenomeno e anche eventualmente discuterne la

dissolvenza, sulla quale direi che Pischedda nutre fondati dubbi (che, dal mio punto di vista, sono pienamente condivisibili).

Dunque i temi, come si intuisce, sono molti e l'intreccio, come anticipavo, è avvincente. Io proverò a sottolineare quelli che per me sono alcuni degli snodi più interessanti.

Partirei da un passo di Gabriele Turi che si trova in *Libri e lettori nell'Italia repubblicana*, pubblicato sempre da Carocci, nel 2018, quando Turi riteneva di dover ancora denunciare la tendenza, tutta italiana, a fare storia dell'editoria «come pura storia delle idee, astratta dalla condizioni materiali e dal contesto concreto in cui queste si muovono». Poche righe più oltre Turi procedeva a motivare questa particolare postura storiografica, a suo parere indotta dalla «mancanza o non accessibilità dei documenti necessari a una storia aziendale: bilanci, finanziamenti e in genere tutti i dati “materiali” su tirature, prezzi, circuiti commerciali, vendite, percentuali, anticipi», aggiungendo poi che, quand'anche questi documenti sono disponibili, non vengono esaminati con la stessa attenzione riservata ai carteggi. Queste considerazioni di Turi, senz'altro condivisibili, mi sono tornate in mente più volte leggendo il libro di Pischedda, che mi è sembrato quasi rispondere punto per punto alle sollecitazioni di Turi. Potrei esemplificare in vario modo, ma scelgo di presentare un unico caso, a mio parere davvero rappresentativo sia dell'utilizzo delle fonti documentarie sia della nuova visione che Pischedda riesce a offrire di uno dei maggiori comparti industriali del nostro Paese. Il caso è quello di Treves, la cui parabola viene analizzata innanzitutto come momento originario della contrapposizione tra le due culture, alta e bassa (un tema, questo delle due culture, che ritorna costantemente, quasi come un *fil rouge* della *Competizione editoriale*), per poi passare a ricostruire scrupolosamente la politica di collana, individuando nella sua strategia fusionista («comporre in un'unica collana il basso popolareggiante e il medio o medio-alto già istituzionalizzato») un antecedente di quanto farà Mondadori decenni più avanti. Contemporaneamente Treves viene confrontato con Sonzogno (non poteva essere altrimenti)

e qui si vede come i due marchi condividessero la pratica di ruotare ciascun volume in una pluralità di collane e formati (la cosiddetta rotazione di collana) così come dividevano le strategie di rinforzo o di catenaccio, quelle intese a legare periodici, dispense e volumi. Ma quello che interessa sottolineare ora è il fatto che Emilio Treves viene individuato da Pischedda come colui che incarna al meglio la figura di un editore sensibilissimo all'intermediazione necessaria tra interessi economici e strategie culturali. E il suo profilo diventa ancora più interessante proprio perché si colloca all'altezza cronologica di fine Ottocento–inizio Novecento, e quindi serve a rappresentare il passaggio, anche nella produzione libraria, dalla manifattura all'industria, inserendo in questo modo l'impresa editoriale nel contesto storico-economico dell'affermazione della modernità italiana, ovviamente con tutte le specificità del caso. Quello che fa Pischedda è delineare precisamente le risorse economiche su cui Treves può contare, che inizialmente sono personali e familiari, poi finanziarie, perché viene fondata la società per azioni e Treves entra nell'azionariato sia di Zanichelli che di Bemporad. Ma con il passare degli anni, giunti alla prima decade del Novecento, quello che Pischedda identifica come il principale motivo di sofferenza, che porterà poi Treves su una china discendente senza ritorno, non è tanto l'avvento dei nuovi generi di massa (o più avanti, possiamo già aggiungere, la concorrenza di Mondadori) quanto le vicende dinastiche e societarie. Qui ci sono pagine densissime di contenuti e prodighe nel fornire tutti quei «dati materiali» a cui faceva riferimento Turi, che servono per capire cosa succede alla Treves dopo Treves, quindi dopo la morte del fondatore nel 1916. Vediamo, infatti, come il capitale industriale azionario riesce pian piano a entrare in quella che era comunque un'azienda a conduzione paternalistico-familiare fino a prendere il sopravvento, con la crescente esposizione nei confronti della Banca Zaccaria Pisa e del Credito italiano, l'acquisto delle quote di maggioranza da parte di Calogero Tumminelli ed Ettore Bocconi, una vera e propria fusione, che porta alla nascita della Treves-Treccani-Tumminelli e infine gli anni

in cui Antonietta Pesenti, la vedova di Guido Treves, si trova da sola a gestire la casa editrice fino all'instaurazione delle leggi razziali, che sì, come è noto, porteranno all'estinzione del marchio ma, secondo l'interpretazione di Pischedda, nell'alveo di una china discendente che era iniziata già negli anni Venti. E tuttavia devono ancora arrivare le pagine più belle su Treves. Secondo me sono proprio quelle che indagano il passaggio a Garzanti, un trapasso mai completamente chiarito, che invece qui Pischedda si impegna a illuminare grazie a un largo corredo di notizie camerali (documenti finora mai sfruttati conservati in Camera di Commercio a Milano nel fascicolo intestato a Garzanti). Non posso riferire tutta l'indagine condotta da Pischedda ma diciamo almeno che l'ha portato a individuare la presenza di Aldo Garzanti nel consiglio di amministrazione di Treves già nel 1938, quindi un anno prima che la Fratelli Treves diventasse ufficialmente la Aldo Garzanti editore società anonima per azioni.

Ho scelto Treves per esemplificare il tipo di indagine sulla storia aziendale (che Pischedda conduce per tutti i marchi presenti in questo lavoro) ma avrei potuto benissimo prendere Treves anche per mostrare l'analisi che Pischedda conduce sulle collane che, abbiamo detto, sono il centro del suo interesse e sono la chiave di volta per interpretare, per misurare, per vagliare proprio le strategie aziendali. Il modello che Pischedda ha sviluppato per analizzare ciascuna collana (e poi per comparare tra loro collane affini, vuoi per cronologia, vuoi per impostazione) è uno degli elementi interpretativi che mi ha colpito di più in questo volume. Trovo che sia riuscito a costruire una griglia analitica, completa e molto efficace non solo per fotografare da vicino ciascuna collana ma anche per disporre in serie tutti gli elementi (di nuovo: tutti i «dati materiali») che servono poi per comparare in maniera sistematica le diverse collane tra loro. Quindi, un modello originale di analisi, che viene riproposto per ogni collana, che viene realizzato a partire dalla raccolta di dati perlopiù di prima mano e che viene arricchito dal confronto tra collane simili di diversi editori. Per ogni collana Pischedda considera quelli che sono i tre grandi ambiti nello



studio delle collezioni, quindi la scelta dei testi, la forma tipografica, la strategia di diffusione, fornendo una sistematica raccolta di dati in tutte le seguenti aree: estremi cronologici, numero dei titoli, formato, foliazione, prezzo, tirature, vendite, grafica, generi letterari, lingue straniere e traduzioni (con relativo calcolo delle percentuali), apparati paratestuali, materiali promozionali, modalità di diffusione. Le sue fonti sono, certo, l'opac sbn, ma anche i cataloghi editoriali, che gli servono non solo per ricostruire e verificare le collane ma anche per recuperarne intenti, dichiarazioni, manifesti programmatici, scritture pubblicitarie, quindi grande attenzione è riservata sia al peritesto editoriale (risvolti, quarte di copertina, prefazioni, note dell'editore) sia all'epitesto pubblico e privato (perché non sono trascurati i carteggi). Devo inoltre sottolineare un punto che è tenuto fermo in tutto il volume: vale a dire la ricerca, per ciascuna collana, dei suoi ascendenti e modelli, soprattutto stranieri, distinguendo con grande precisione i diversi casi, per esempio, Sonzogno e Treves si rivolgono diversamente, l'uno dall'altro, ai francesi, mentre Hoepli, nello stesso periodo, guarda agli inglesi e ai tedeschi. E così via, per tutte le collane, il criterio di emulazione e/o differenziazione è discriminante nella loro storia. Si vede bene anche nell'analisi condotta per la "Medusa" di Mondadori: qui tutta la concorrenza viene passata al vaglio, attraverso continui e proficui confronti con le collane concorrenti, non solo in termini di autori pubblicati o di traduttori impiegati, ma proprio in un'analisi dettagliata delle strategie editoriali a 360°. Insomma, vengono presentati tutti gli elementi per arrivare a disegnare con tratto preciso continuità e differenze tra una collana e l'altra, fino alle vere e proprie rivalità, penso a Benedetto Croce che arriva ad augurare la morte della collana "Scrittori nostri" di Carabba varata in aperta concorrenza con la sua "Scrittori d'Italia".

Molto efficace, inoltre, l'analisi condotta sulle collane della Modernissima di Gian Dauli, qui Pischredda individua tre aspetti salienti, dei quali il primo (già riconosciuto dalla storiografia) è la precoce apertura alla produzione letteraria anglo-americana; il secondo sono i "torpedo-

ni” (come li chiamava lo stesso Dauli) cioè un catenaccio di titoli intesi a dare una rappresentazione intera di un determinato autore, e quindi a legare il pubblico al singolo autore (questo è l’elemento della fidelizzazione, sul quale anche si basa costantemente l’analisi di Pischedda per ogni singola collana); e infine, ma è il più interessante ed era ancora insondato, l’aspetto della differenziazione merceologica, cioè lo stesso libro offerto in molteplici prezzi e formati, che però non procedeva per rotazione di collana (come già facevano Treves, Sonzogno e Mondadori) ma per proliferazione di case editrici: Aura, Delta, Dauliana, Nibbio, Modernissima, come se Dauli non concepisse una singola azienda ma un gruppo, con una holding e una serie di sottomarchi ciascuno con l’obiettivo di sondare diversi segmenti di mercato.

Poiché con Dauli ci siamo avvicinati a quello che Cesare Pavese aveva definito il “decennio delle traduzioni” e che invece giustamente Pischedda dilata in un quarantennio delle traduzioni (non c’è bisogno di spiegare perché) vorrei anche qui soffermarmi su alcune analisi inedite. La prima è un’indagine del contesto legislativo, che porta Pischedda a individuare con sicurezza la svolta del 1931 (ratifica dei protocolli di Berlino) per segnare la nascita di una vera e propria industria delle traduzioni che solo dopo quella data diventa competitiva e infatti inizia ad avvalersi di quella che è un’ormai moderna rete di agenzie letterarie. Poi ho trovato molto opportuno l’approfondimento sulle traduzioni di repertorio (volte a ritradurre il già noto), alle quali finora si era prestata un’attenzione piuttosto scarsa, che invece qui è tutta concentrata sulla “Biblioteca sansoniana straniera”, la “Biblioteca romantica” di Giuseppe Antonio Borgese, “I grandi scrittori stranieri” della UTET. A questa analisi viene affiancata l’analisi delle collane di taglio attualistico: “Scrittori di tutto il mondo” della già citata Modernissima poi Corbaccio, “Letteraria” di Bompiani, “I grandi successi stranieri” di Baldini e Castoldi. Ho trovato molto convincente e produttiva questa bipartizione delle traduzioni negli anni del regime, anche perché viene condotta attraverso la consueta e minuziosa cernita delle provenienze: ci viene sempre detto chi, quando, quanto,



e da quali lingue traduce.

Vorrei aggiungere qualcosa anche sul secondo dopoguerra, perché pure da qui in poi ci sono altre pagine bellissime di Pischedda. Per esempio, ho trovato molto innovativa l'analisi delle *Universali Economiche*, sia perché se ne rintracciano a fondo le origini e i modelli di riferimento (di nuovo: sia italiani che stranieri) sia perché viene impostata anche qui una griglia interpretativa che permette di sondare, per ciascuna *Universale Economica*, da una parte i margini di sfruttamento del catalogo e invece dall'altra, al contrario, di individuare le scelte singolari e volontaristiche, che quindi prescindono da quanto ciascuna casa editrice poteva avere già a sua disposizione. Questo si vede molto bene nel caso della "Meridiana" di Sansoni, per la quale Pischedda, fatte tutte le sue analisi, conclude che scarse o nulle sono state le riprese dalla "Biblioteca sansoniana straniera", al contrario di quello ci si potrebbe aspettare da una *Universale Economica*.

Poi devo segnalare, lungo tutto il volume, la nuova luce gettata sulla figura di Luigi Rusca, e forse in particolare sul suo ruolo di direttore della collana "Sidera" varata da Rizzoli due anni prima della "BUR" e poi proseguita con fasi alterne fino al 1971. Una collana della quale sapevamo veramente poco finora. Così come, dopo la lettura del libro di Pischedda, sicuramente aumenta la nostra conoscenza dei "Libri Pocket" Longanesi (1965-1978), con relative sottocollane "Pocket" e "Superpocket" (quest'ultima da non confondere con la collezione omonima che vedrà la luce negli anni Novanta). Qui è di grande interesse la questione dei canali di vendita (un altro aspetto al quale lungo tutto il volume è dedicata una precipua attenzione) perché dai risvolti di copertina già dei volumi di esordio della collana emerge l'idea di vendere i libri a mezzo posta, fino al 1966 quando la spedizione di singoli volumi si trasforma addirittura in vendita per abbonamento.

A questo punto faccio un rapido salto agli anni Novanta perché, così come ho appena citato i risvolti di copertina dei Pocket Longanesi, voglio dire che nella sua analisi dei famosi "Millelire" di Marcello Baraghini mi pare che Pischedda riesca finalmente a dedurre il crite-

rio centrale e la vera essenza del successo di una collana che secondo me è stata finora superficialmente considerata solo ed esclusivamente a partire dalla leva del prezzo. Invece qui si capisce che quello che è riuscito a fare Baraghini è stato congiungere le idee di rivoluzione e di libertà con un dato tanto prosastico come la leva del prezzo, e in questo modo a costruire un vero e proprio patto con il lettore, un patto con la gente alla quale si rivolgono le pubblicazioni della sua innovativa e dirompente casa editrice, e alle cui esigenze non sembrano invece più riuscire a rispondere, in quel momento, le gradi case editrici.

Non manca, infine, lungo tutto il lavoro di Pischedda, una giusta attenzione riservata alle donne impegnate in editoria. Non posso citarle tutte, ma mi pare significativo far notare che una menzione, non scontata, è sempre rivolta alle mogli degli editori, sia quando partecipano all'impresa editoriale con il loro capitale economico, sia quando lo fanno impegnandosi direttamente dal punto di vista professionale. Mi riferisco, per esempio, a Virginia Tedeschi, Antonietta Pesenti, Ada Prospero, Leda Rafanelli, Angela Fogola, Emilia Santamaria, Amelia Rosselli, Eva Kuhn, Gemma Bianchi, Rachele Gutman, Anna Marzorati, Giancarla Re, Sofia Ravasi, Gina Lagorio, Lea Quaretti, Elvira Giorgianni. Senza trascurare le figure femminili che si affermano indipendentemente dai legami familiari, penso a Fernanda Pivano, Lalla Romano, Anita Klinz, Maria Corti, Gabriella D'Ina, Maria Laura Bosselli, Laura Grimaldi, fino a figure meno note ma sulle quali sono offerte interessanti spunti per ulteriori approfondimenti, penso, su tutte, a Marie Canavaggia e a Lidia Crescini.

Concludo, con un'ultima osservazione, sempre personale. Trovo che, insieme al primo, uno dei migliori sia il nono capitolo, *Affermazione e tramonto delle collane specializzate* (le collane di genere per intenderci) che spicca per vastità e analiticità della ricognizione anche di piccole e piccolissime case editrici, variamente impegnate nel pubblicare rosa, giallo, fantascienza e via dicendo. Del resto, Pischedda è grande esperto di letteratura di genere e negli anni le sue ricerche si sono spesso concentrate proprio intorno alle forme di intrattenimento

narrativo, prima nel passaggio dall'Ottocento al Novecento e poi proprio nel secondo Novecento. In conclusione, come ho detto all'inizio: solo da una tale e vasta conoscenza della letteratura italiana contemporanea e del sistema editoriale poteva derivare uno studio di questa levatura su marchi e collane di vasto pubblico.

## Abstract

In una documentata e avvincente disamina delle politiche di collana e delle strategie di mercato attuate dagli editori italiani in età contemporanea, il nuovo lavoro di Bruno Pischedda non solo ci offre una storia dell'industria del libro intesa come comparto industriale ma viene anche a rispondere a tante questioni rimaste da tempo aperte in ambito storiografico.

Storia dell'editoria; Italia; collane editoriali

*Bruno Pischedda's new book is a thoroughly documented and compelling examination of the editorial series and market strategies implemented by Italian publishers in the contemporary age. It offers us a history of the book industry as an industry. While it addresses many questions that have long remained unanswered in historiography.*

*History of publishing; Italy; editorial series*