

I resistenti della piccola editoria

Pensano da grandi con la paura di perdere soldi e autori

Manuela La Ferla

La legge per l'editoria, attualmente al varo, promette buone cose per chi si occupa di libri. Il sottosegretario Nicola Bono ha inserito tra le proposte novità che tutti aspettavano da tempo: sostegno per la nascita di nuove librerie, sgravi fiscali per chi acquista libri e un aiuto considerevole per i piccoli editori, la cui vita economica appare sempre più precaria e faticosa.

Ma esistono ancora i piccoli editori? Negli anni Ottanta era quasi un fenomeno di moda: imperversavano convegni sull'argomento, nascevano fiere a loro dedicate, l'assioma di fondo che si sentiva ripetere era: «piccolo è bello». A più di venti anni di distanza il panorama è completamente mutato e molte sigle sono scomparse. Chi si ricorda della casa editrice Hefi o della collana «Adularia» dedicata al recupero di autori del nostro Novecento?

Alcuni ci hanno lasciato: Vanni Scheiwiller, maestro ineguagliato, e Gianni Borgo della torinese Instar libri. Entrambi i marchi, rilevati, sono ritornati sui banchi delle librerie è vero, ma la sensazione è che si sia chiusa per sempre un'epoca.

Chi ce l'ha fatta a sopravvivere ai difficili anni Novanta non può più essere considerato un piccolo editore. È un editore e basta. La e/o è ormai una casa editrice ovunque presente in libreria. La Marcos y Marcos è riuscita a imporre il proprio marchio senza mai scendere nel commerciale. Iperborea è una casa editrice vitalissima che ha tradotto straordinari testi di autori nordici da noi finora ignoti. Ma l'elenco è lungo e i «resistenti», coloro che hanno resistito agli annosi problemi di una promozione e distribuzione che li penalizza in modo inenarrabile, sono tanti e meriterebbero ognuno una citazione: le piemontesi Interlinea e Sonda, le meridionali Manni e Novecento, quelle - di tendenza come Meridiano Zero e Minimum Fax o le più tradizionali Il Melangolo, Aragno e Archinto.

Tra le sigle più recenti alcuni

non si sa neanche se considerarli piccoli: è il caso della Fandango di Domenico Procacci che per primo è riuscito a capire come oggi il trucco non sia nel distinguersi altezosamente, come in genere tendono a fare i piccoli, ma nell'integrare, avvicinare, mischiare anche mezzi di comunicazione diversi che si alimentino (non solo economicamente) uno con l'altro. Anche Marcello Baraghini di Stampa Alternativa, archiviata in rete l'esperienza delle Millelire, rilancia con nuove collane, colorate e dirimenti nel suo perfetto stile di editore puro.

Marchi ormai storici come la Sellerio di Elvira Giorgianni sono notevolmente cresciuti e non solo per «l'effetto Camilleri», ma perché titolo dopo titolo sono riusciti a conservare tutta la felicità di un modo artigianale di concepire il libro integrandolo però con sapienti strategie di marketing. Case editrici raffina-



te come Avagliano e Donzelli hanno saputo raccogliere l'eredità di editori di cultura puntando più sul progetto complessivo che sul risultato di un singolo libro. Anche la nuova Vallecchi, recentemente risorta, si appresta a valorizzare e ampliare uno dei più bei cataloghi letterari del secolo scorso.

Qual è allora oggi il senso di una piccola-media casa editrice? «Pensare da grande editore», innanzitutto, ama ripetere Elio Fazi, a capo della casa editrice omonima, diventata in breve tempo un punto di riferimento sicuro nel panorama italiano.

Ma a che prezzo un piccolo può considerarsi grande? A un prezzo altissimo, perché comunque il rischio latente è quello di non farcela. Di lavorare molto e bene ed essere poi costretti a chiudere per problemi di bilancio. Certo, l'aria che vi si respira è ancora quella gioiosa di chi fa tutto in casa. Le paure però sono

tante e giustificate: investire su nuovi autori per poi vedersi portar via da editor di case editrici maggiori, attorcigliarsi su collane di nicchia o dover abbassare la guardia sulla cura del particolare grafico, finendo con l'essere disattenti. Un antidoto per gabbie disarmoniche lo propone intanto l'aristocratica editrice Sylvestre Bonnard, con *Elementi dello stile tipografico*, che ci ricorda come le proporzioni di una pagina equivalgano agli intervalli nella musica e la sezione aurea resti un irrinunciabile strumento di seduzione cartacea.

Di piccoli editori indomiti ne continuano infatti e per fortuna a nascere, sempre. Per passione autentica e voglia di ideare libri in proprio. È il caso dei tre che segnaliamo. Cercateli in libreria. E se non li trovate: protestate. Anche un singolo lettore può fare la differenza e segnare un punto a favore, a volte.