

Torino città dell'editoria Ma se l'è dimenticato

Da Lattes a Utet e Il Capitello, fino alla Edt
Ecco quali sono gli editori che hanno contribuito
a determinare l'identità culturale e industriale

Mancano ufficialmente 20 settimane al Salone del Libro di Torino, previsto dal 9 al 13 maggio 2019. Nei giorni scorsi, alla fiera dell'editoria indipendente «Più libri, più liberi» di Roma (l'ultima dell'anno per il nostro settore), oltre agli editori indipendenti torinesi erano presenti anche gli organizzatori del nostro Salone, impegnati nella consueta corsa contro i ritardi provocati dalle incertezze che avvolgono la gestione di uno dei due più importanti eventi nazionali dedicati al libro (l'altro evento è ovviamente la Children's Book Fair di Bologna; sul milanese Tempo di Libri, che nel 2019 non si farà, è ormai calato un imbarazzato silenzio).

E a proposito di editoria torinese indipendente, desta qualche perplessità il Rapporto Rota, che quest'anno finalmente si è occupato di editoria e che avrebbe potuto rendere merito a questa peculiarità professionale e industriale della città. È apprezzabile la scelta di non collocarne l'analisi nel capitolo «Turismo, cultura, tempo libero», ma non è possibile non rimarcare che il testo contiene sviste piuttosto gravi. Per esempio afferma che tutte le case editrici di Torino che si occupano di scolastica sono state acquistate da editori di Milano o di altre città, mentre dimentica realtà di livello nazionale come Lattes, che può vantare 125 anni di fiera indipendenza, o Il Capitello; cataloga la Utet tra le case edi-

trici di scolastica, quando è noto che ha costruito la sua storia plurisecolare soprattutto su grandi opere ed editoria universitaria (a parte una breve esperienza con il marchio Garzanti scolastica). Confonde le dinamiche dell'editoria libraria e di quella giornalistica e ne travisa gli indici di fitness (sempre a proposito di editoria scolastica, cita i numeri delle tirature editoriali, che vengono impiegati per i giornali, mentre al limite avrebbe dovuto misurare il numero di titoli in catalogo e novità). Non menziona le importanti realtà editoriali indipendenti di varia

tuttora presenti sul territorio (come Edt, che produce per l'Italia le guide Lonely Planet), né le numerose case editrici di dimensioni più ridotte, ma ben note nel proprio ambito di riferimento, né ne prende in considerazione il peso economico e occupazionale. Come

se non bastasse, dimentica anche solo di menzionare tutto il tessuto di imprese e di liberi professionisti che si occupano di pre stampa (cioè della vera e propria realizzazione concettuale dei volumi, prima di arrivare alla stampa) e realizzano i contenuti e la veste grafica dei

libri per conto di case editrici su tutto il territorio italiano (e non solo), continuando a mantenere viva e dinamica la tradizionale competenza professionale dell'editoria torinese.

Dobbiamo prendere atto del fatto che l'industria editoriale, se si escludono gli esperti di settore, è grandemente misconosciuta. Pochi sanno, per esempio, che il «publishing» in Italia fattura complessivamente 2,7 miliardi di euro (di cui 650 milioni relativi all'editoria scolastica), e che in Italia sono attive 4.877 case editrici; così come non emerge che la rilevanza economica del comparto si deve in buona parte a imprese che non realizzano i volumi che sono giustamente protagonisti nelle fiere e nei festival dedicati al libro, bensì quelli della più volte citata scolastica, nonché di editoria giuridica, medica, accademica e in generale specializzata.

Se parliamo in particolare di Torino, l'editoria ha senz'altro contribuito in modo sostanziale all'identità culturale e industriale della città. Non soltanto perché — come per molti altri ambiti — Torino è stata pioniera: infatti una delle più antiche case editrici d'Italia (e la prima che si è occupata di enciclopedie, cent'anni prima della Treccani), è nata qui. Parliamo ovviamente della già citata Utet, ovvero Unione Tipografico-Editrice Torinese, fondata nel 1791 dai fratelli Pomba. Ma soprattutto, perché grazie alle case editrici e alle scelte dei loro direttori editoriali e professionisti si è formata l'ossatura culturale di tutti gli italiani, in particolare di intere classi di intellettuali e dirigenti. Per citare solo qualche esempio, si possono ricordare i saggi e i romanzi di [Einaudi](#), l'antologia di letteratura italiana Bissaca-Paoletta di Lattes (tuttora la più adottata in Italia), l'Universale Scientifica Boringhieri. E non si può non

spendere qualche parola per menzionare, di questi tempi, la figura di Piero Gobetti.

In altre parole, attraverso l'editoria Torino non si è imposta solo come polo culturale e intellettuale: è stata anche il luogo capace di convertire queste competenze teoriche in un progetto industriale e in grado di immaginarsi come riferimento formativo (in senso ampio) di tutta la popolazione.

Le vere domande che dovrebbe porsi il Rapporto Rota (e in generale chi si occupa di editoria, di cultura e di impresa) sono piuttosto: come mai un primato così rilevante tanto dal punto di vista culturale quanto da quello industriale si è progressivamente impoverito? Come possiamo fare per invertire la tendenza? Quali so-

no gli asset su cui possiamo (ancora) contare per tornare competitivi? Come possiamo non solo difendere, ma soprattutto far crescere questo settore?

Un segnale meritevole di menzione è il progetto Hangar Book, sorta di «incubatore» per piccoli editori promosso dalla Regione Piemonte, ma è evidente che per un comparto come quello descritto si rendono necessarie iniziative ancora più strutturate e coraggiose.

Le competenze editoriali non si improvvisano, e sono tuttora un patrimonio inestimabile di questa città, specie considerando che l'editoria ha il privilegio di poter unire in maniera proficua cultura e

impresa (ovvero: gente che con la cultura «ci mangia», e che in più svolge un ruolo fondamentale nell'alfabetizzazione dei cittadini e nel progresso generale del Paese). Ci sembra che di un approccio alla cultura e alla sua industria tanto solido quanto pragmatico Torino abbia un urgente bisogno.

**Lorenzo Armando
Marzia Camarda**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La vicenda

● Tra 20 settimane esatte dovrebbe partire il Salone del Libro di Torino, che

è in agenda dal 9 al 13 maggio

● Il 24 dicembre è prevista l'asta del marchio del Salone, decisa dopo la messa in liquidazione della Fondazione per il Libro

● Venerdì è nata l'associazione dei fornitori che intende acquistare il marchio

