

PAOLO BIANCHI

PIEMME AUMENTA LA CILINDRATA

Di nuovo in sella. All'appuntamento si presenta in scooter fresco di concessionario. Maria Giulia Castagnone celebra così la propria *rentrée* alla guida della sezione narrativa di una casa editrice come la Piemme, oggi controllata dalla Mondadori di Segrate. Negli ultimi giorni è stata definita «personaggio chiave che insegue da sempre la letteratura di qualità... ma non disdegna il romanzo storico... né il thriller... che osserverà molto i nuovi italiani; che crede ovviamente nell'attualità... sul doppio fronte della saggistica... e della narrativa straniera». Tutto in un'iperbolica articolessa nell'inserito gastroletterario di un quotidiano. La nostra interlocutrice si rende conto che non è il caso né il momento di prendersi così drammaticamente sul serio.

Tanto per cominciare, precisa che una

parte di ciò che bolle in pentola, tanto nella sede storica della casa editrice di Pietro Marietti, a Casale, quanto in quella di Milano, è dovuto al lavoro di chi l'ha preceduta in questi ultimi tempi. Non fa nomi, ma uno lo facciamo noi: Francesca Cristoffanini, *editor* giovane e di belle speranze, ora al lavoro da Rizzoli. In più va detto che la saggistica rimane sotto la guida di Carlo Musso, mentre il personaggio per bambini di Geronimo Stilton, con titoli e mercanzie, è affidato al *manager* Giacomo Rosella, già alla Disney e che per essere passato da Topolino al mustelide Stilton si guadagna il soprannome di Re dei Topi.

Torniamo dunque a Castagnone. «Mi rendo conto - dice - che sembra che da noi si

voglia pubblicare tutto e il contrario di tutto, dalla narrativa sofisticata di Annalucia Lomunno a quella popolare dei maestri del *thriller*, come Michael Connelly, Robert Crais e Greg Iles. Ma un editore deve pensare al lettore, e in un Paese piccolo come il nostro il mercato dei lettori è anche un mercato di riporto, cioè un mercato che segue certe tendenze dettate all'estero». Ecco allora che la linea editoriale è fissata: da una parte proseguirà la ricerca di autori e di libri dal sapore nostrano, dall'altra non si abbandoneranno i filoni che rendono economicamente, dal *noir* alla «letteratura pollastra», o *chick lit*. Un doppio tracciato, una doppia anima. Da un lato si tenterà qualche sperimentazione con gli italiani, magari soffiando

do i più promettenti alla concorrenza, dall'altro, e per ripagarsi della scarsa redditività dei primi, si continuerà a cavalcare le mode, per esempio i libri dei comici televisivi.

«E se qualcuno di loro va massicciamente riscritto, siamo qui per questo» spiega la neodirettrice, confermando la tesi che il personaggio televisivo, ancorché semianalfabeta, trova sempre uno spiraglio editoriale. Più la conversazione procede, e più ci si rende conto di quanto sia ormai lontana e vacua la concezione purista e curiale della parola scritta. Lo spietato mondo della libreria, al quale si affacciano in molti, ma sopravvivono in pochi, impone strategie di *marketing* a tutto gas. In mezzo a tanto traffico non è mica facile stare in equilibrio. Lo scooter di Castagnone è un cinquantino. «Ma c'è anche il modello a 200 di cilindrata», specifica lei con aria di speranza.