

# Il Saggiatore, la ricetta di un editore indipendente che fa 60 anni

Il marchio fondato da Mondadori nel 1958 si è reso riconoscibile, ha alzato i prezzi e migliorato le vendite. Grazie a long seller, non best seller. Il presidente Formenton: «In Italia ci sono pochi lettori, ma forti».

**ENRICO AROSIO**





Nel 2018 Il Saggiatore compie 60 anni. Non è poco, per un editore indipendente. Alberto Mondadori, laico illuminista, lo fondò nel 1958, a metà strada tra la nascita della Feltrinelli (1954) e quella dell'Adelphi (1963). E oggi è saldamente (se è lecito usare questo avverbio in editoria) in mano a due eredi di Alberto, Luca e Mattia Formenton, sganciatisi nel 1993 dal gruppo Mondadori mentre l'Einaudi dai nobili lombi, anch'essa a lungo un'impresa familiare, finì inghiottita dal gruppo di Segrate e dalla Dynasty dei Berlusconi.

**BRAND "EINAUDIZZATO".** Ebbene, è proprio all'estetica Einaudi che pare ispirarsi Il Saggiatore di oggi, che ha sede a Milano dietro Porta Venezia, ma della casa torinese ha ripreso il dominio del colore bianco e l'eleganza grafica che hanno reso i libri più riconoscibili e rafforzato l'identità del marchio. Sì, Il Saggiatore si è un poco "einaudizzato"; basti vedere, a mo' di esempio, le *Lettere* di Edgar Allan Poe appena uscite.

**ATTESO UN +10% NEL 2017.** Per capire meglio, *Lettera43.it* ha incontrato il presidente Luca Formenton e il direttore editoriale Andrea Gentile, a capo di una redazione di 30-40enni. Formenton ci mostra un grafico. Nel 2014 il prezzo medio di un libro del Saggiatore era di 17,50 euro; nel 2016 era di 25. Ma nello stesso periodo le copie vendute sono cresciute del 10%, e un altro +10 è atteso per il 2017.

# Avendo abolito i tascabili, è come se tutti i nostri titoli, romanzi e saggi, novità e ristampe, fossero titoli di prima uscita

---

**IL DIRETTORE EDITORIALE ANDREA GENTILE**

«Abbiamo alzato i prezzi perché sono convinto che non debbano mai svilire il valore del prodotto, ma l'aumento non ha penalizzato le vendite», nota l'editore, che ricorda gli ultimi quattro anni di fatturati in crescita, in libreria e su Amazon, e la strategia basata su alcuni punti chiave: coerenza rispetto al target, più titoli per autore e pochi libri singoli; rilancio del catalogo storico; unificazione grafica tra narrativa e saggistica; abolizione dei tascabili. In due parole: long seller, non best seller.

«**BESTSELLER FUORVIANTI**». Anche se l'Italia legge poco? «Anche se l'Italia, come preferisco dire, è un Paese con pochi lettori, ma forti. A volte molto forti. Raccomandava Klaus Wagenbach, l'editore berlinese: mai farsi fuorviare dalla logica del bestseller; nonostante le tentazioni». Andrea Gentile ricorda che l'impostazione grafica è merito di Fabrizio Confalonieri. «Avendo abolito i tascabili, è come se tutti i nostri titoli, romanzi e saggi, novità e ristampe, fossero titoli di prima uscita».

**SAGGISTICA PUNTO DI FORZA.** Non esiste più il saggio di Lévi-Strauss a 12 euro, ma neanche si costringe lo studente a una spesa esorbitante: ci si colloca a mezza via. La saggistica è il punto di forza del Saggiatore sin dai tempi di Alberto Mondadori. E infatti Sartre e Lévi-Strauss, o Karoly Kerényi o John Stuart Mill o Alain Touraine sono sempre in pista; mentre lo storico Piero Camporesi è stato portato via alla Garzanti. Formenton e Gentile sottolineano che «gran parte della

**Luca Formenton.**

Un buon esempio è il filone della cosiddetta «antropologia italiana». Inaugurato da *Patria* di Enrico Deaglio (quasi 90 mila copie), ha prodotto titoli come *Dormono sulla collina* di Giacomo Di Girolamo, un'epifanica *Spoon River* dei morti d'Italia da Piazza Fontana a oggi, o *Il libro dell'incontro* a cura di Bertagna, Ceretti e Mazzucato, che ha ridefinito i rapporti tra autori e vittime della lotta armata, secondo gli standard della giustizia riparativa.

**DIFFICOLTÀ SULLA NARRATIVA.** La narrativa, soprattutto italiana, è invece ancora un punto debole. Anche per questo nel 2016 Formenton ha concorso, invano, alla gara per [l'acquisto della Bompiani \(vinta dalla Giunti\)](#). Oggi Il Saggiatore punta visibilmente su scrittori anglofoni, come le due americane Joan Didion e Joyce Carol Oates, il “nichilista misterioso” Thomas Ligotti, o il brillante inglese Geoff Dyer, a cavallo tra fiction e non fiction, arrivato dalla Einaudi.

**Alcuni titoli della casa editrice.**

Verranno riproposti anche alcuni scrittori novecenteschi, come il polacco Witold Gombrowicz (Cosmo, poi Ferdydurke). Del resto, tra i classici del moderno Il Saggiatore ha già rispolverato autori di culto, vedi Jean Genet, Klaus Mann o la svizzera Annemarie Schwarzenbach. «E nel 2018», anticipa Andrea Gentile, «lanceremo nuovi narratori contemporanei, di diversa origine: il tedesco Andreas Moster (*Siamo vissuti qui fin dal giorno in cui siamo nati*), l'ungherese Lászlo Darvasi, e due esordienti italiani, Andrea Esposito, finalista al premio Calvino, e Francesco Iannone con una storia oscura di stregoneria nel Mezzogiorno».

**TRA AMORI E DEBOLEZZE...** Meglio le streghe, è l'auspicio, delle balle messe in giro dal falso tycoon [Alessandro Proto con \*Io sono l'impostore\*](#), esordiente sui generis di cui forse non si sentiva la mancanza... Un filone qualificante riguarda la musica e il cinema: monografie, biografie, testimonianze di alto livello e ad ampio spettro: troviamo David Lynch a Orson Welles, Philip Glass a David Bowie, l'epistolario di Gustav Mahler e le interviste di Leonard Cohen poeta-cantautore. Qui emergono i gusti personali dell'editore Formenton: «Ma se non entrassero un po' anche i nostri amori, le nostre debolezze, che editori saremmo?».

Bookcity non è un  
evento-mercato né un  
festival a tema, ma un

# pensato con i lettori. Un modello unico in Europa

---

LUCA FORMENTON

Le ultime domande sono per il Formenton presidente del comitato di Bookcity, la kermesse milanese del libro che a novembre ha fatto 175 mila visitatori in tre giorni. Vale davvero lo sforzo, con Torino e Milano che già bisticciano sul Salone del Libro? «Ma sì. Bookcity non è un evento-mercato né un festival a tema, ma un evento diffuso, pensato con i lettori. Un modello unico in Europa».

**CRESCHE IL VALORE DI MILANO.** Non è troppo dispersivo, con 1.200 appuntamenti? «Sono esplosi solo quelli gestiti dai privati, associazioni, gruppi di lettura; quelli degli editori sono in numero stabile». E il beneficio economico generale? «Non riguarda solo la diffusione dei libri, ma l'investimento culturale e il valore mediatico di Milano». Che, per la verità, è in crescita da tempo, dal boom di Expo 2015.