

Guida e lascia guidare



Pochi affari con il turista delle Maldive

«Guardi, qui viene gente che si fa una vacanza da 4-5 milioni, chiede una guida delle Maldive e quando sente che costa 38 mila lire la trova troppo cara e non compra nulla...» Chi parla è il direttore di una grossa libreria del centro di Milano, nella quale si trova un ampio reparto per le guide turistiche e le carte geografiche e topografiche. «Non c'è dubbio - spiega il nostro gentile interlocutore - da qualche anno a questa parte le guide sono l'unico settore della libreria che continua a crescere: aumenta il pubblico degli acquirenti, e aumentano le case editrici che si mettono a fare guide. Magari erano editori che in precedenza si occupavano di cataloghi d'arte. Quindi, poca esperienza, poca specializzazione. Si buttano anch'esse sulle grandi città. Presti, solo qui da me ci sono trenta diverse guide di Parigi. Molti di questi nuovi editori, dopo un paio d'anni, spariscono dal mercato. Subito ne arrivano altri, e fra i tanti c'è chi riesce a caratterizzarsi. Chi, per esempio? «Beh, la Clup, in primo luogo. Le sue guide possono davvero considerarsi diverse, alternative, rispetto a quelle tradizionali. Si sforzano di fornire un quadro complessivo del Paese che trattano, dal punto di vista storico e sociale, non solo per quanto riguarda il patrimonio artistico e paesaggistico. Per questo interessano molto, specialmente i giovani. E poi controcorrente c'è anche la Valmartina, che ha il coraggio di fare guide per Paesi poco conosciuti, come lo Yemen e la Giordania, o la Calderini, che ha fatto il Tibet, il Nepal, Cuba...»

E magari non la trovano. Oggi le esigenze sono le più disparate, e non sempre gli editori riescono a soddisfarle. Soprattutto perché, anche i più grossi, non rischiano, preferiscono puntare sulle cose cotte e stracotte. E invece? «Invece c'è chi vorrebbe la guida magari per la Mongolia Interna o per qualche sperduto arcipelago del Pacifico. Ma finché si tratta di Paesi, bene o male riesco a soddisfarle tutti: se non c'è quella determinata guida in italiano, propongo delle straniere, magari in inglese, che sono fatte benissimo e non trascurano nulla. Il problema vero è che oggi come oggi la gente non si limita a girare tutto il mondo, ma vuol farlo in modi e per esigenze tutte speciali. E ancora niente quando un signore viene a chiedermi "qualcosa sui campi di golf dei cinque continenti". Il guaio è quando arriva il ragazzo che i cinque continenti vuol farseli pure lui ma in canoa...»

Ma non c'è nessuno che pensa agli spericolati, agli stravaganti? «Come no! Si trova veramente un po' di tutto, dal trekking al campeggio, dalle traversate a cavallo a quelle in barca. Però mancano, per esempio, itinerari per i ciclisti, per gli appassionati di mountain-bike. O magari succede che un piccolo editore sponsorizzato Pirelli, la Road book, pubblichi "Tunisia-Marocco, 2000 chilometri tra monti, gole e sabbia", che insegna come fare le piste eccezionali usando la tecnica dei navigatori dei rally automobilistici, e questa guida davvero originale incontra poco i favori del pubblico...»

Il nostro amico libraio continua a spiegarci un sacco di cose, con una conoscenza non solo del materiale in vendita ma dei gusti, delle tendenze, degli interessi della clientela, che vien da chiedersi come mai gli editori non prendano come consulenti dei tipi come lui. Nel frattempo, lo vediamo servire un cliente che si porta via una bellissima carta geografica plastificata da 60 mila lire. «Come, non lo sapeva? Le carte geografiche vanno moltissimo. Le trova appena negli uffici dei manager rampanti come un poster...»

Manuali farciti di notizie ti portano per mano lungo gli itinerari del mondo. Un settore editoriale giovane ma in costante espansione. Il primato del Touring Club in Italia: ma resta netta la superiorità del mercato estero

MARIO PASSI

Allorché, negli anni 50, qualcuno propose di pubblicare una Guida della Svizzera, in seno al Touring Club scoppio poco meno che uno scandalo. Nato, con l'unità nazionale, per tutelare e propagandare le patrie bellezze, il Tci - Touring Club d'Italia - era stato per quasi un secolo rigorosamente chiuso in una visione italianocentrica. Occorse un dibattito acceso e per molti versi doloroso prima di far passare la decisione sulla Guida della Svizzera. D'altro canto, era gioco forza riconoscere che ormai gli italiani cominciavano a viaggiare all'estero, e se si voleva restare legati al popolo dei turisti, bisognava assecondarli nella loro propensione a varcare gli italiani confini. Oggi, dal punto di vista editoriale, sono proprio le guide dedicate ai Paesi esteri a far la parte del leone.

È un mercato attivo, che mira tutto l'anno e non vive di brevi impennate stagionali, anche se ovviamente si fa ancor più dinamico quando s'avvicina la stagione delle vacanze. Siamo stati nei giorni scorsi alla libreria Hoepli di Milano, e il reparto guide era di gran lunga il più affollato del grande negozio. Del resto le statistiche parlano chiaro: in un panorama librario confuso e depresso, nel quale aumentano i titoli pubblicati ma diminuiscono le copie vendute, il settore delle guide turistiche conosce un lento, continuo incremento. Nel 1982 le case editrici specializzate o che avevano anche delle guide nel loro catalogo erano quindici. Otto anni dopo sono diventate ventisei, quasi il doppio.

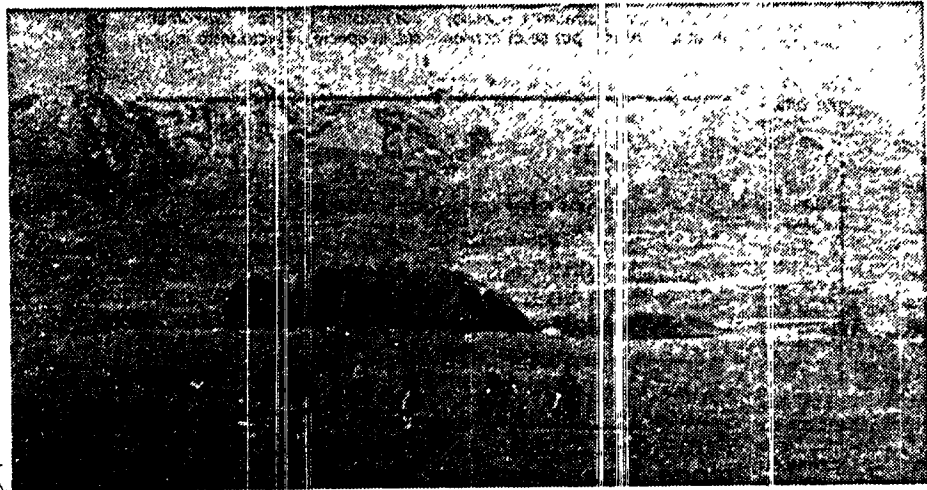
Sul totale del venduto, il settore rappresenta circa il 4%. Che diventa il 17,7% nell'ambito del settore di competenza, la "Varia", il 18,6% per quanto riguarda il valore monetario. Attenzione, tuttavia. Quello delle guide è un mercato atipico, caratterizzato da una molteplicità di punti di vendita e di distribuzione. Accanto alle librerie troviamo infatti le non meno classiche bancarelle, le edicole, ma anche i supermercati, gli automobili, le stazioni di servizio per automobilisti dall'Italia (o anche semplicemente il turista "interno"), non esita ad acquistare lo strumento che gli serve per il

tempo che è ben difficile recuperare fette di mercato ormai dominate dagli altri.

Gli altri - Touring Club a parte, che è il solo editore fra gli italiani a superare De Agostini - sono ovviamente gli stranieri. Del resto, anche Buccini conferma che il settore portante è quello delle guide dedicate ai Paesi esteri. Oggi gli italiani che scelgono l'estero come meta turistica e vacanziera sono oltre quattro milioni l'anno, e il loro numero continua a crescere rapidamente. Fra questi va fatta peraltro una netta distinzione. Ci sono Paesi molto "consumati" turisticamente, ma poco "letti". Ad esempio, un grosso contingente di connazionali va in vacanza in Spagna, alle Maldive, in Kenia, ma non sente quasi nessun bisogno di conoscere questi Paesi, di informarsi, di acculturarsi su di essi. Di contro, ci sono invece altri itinerari classici, i cui visitatori si dimostrano preparati, interessati a poterne apprezzare storia, bellezze, monumenti con un minimo di consapevolezza. Un esempio: la Guida di Parigi della Baedeker, tradotta e rielaborata da De Agostini, viaggia regolarmente sulle 100 mila copie vendute l'anno. Questo della Baedeker in italiano resta il maggior business di De Agostini, che peraltro ha inaugurato da poco una collana di successo, le "Guide essenziali", destinate a una utenza più frettolosa ma non meno esigente in fatto di quantità ed esattezza delle informazioni.

«Si, noi possiamo parlare ormai di guide "storiche". La Guida d'Italia ha cominciato a uscire nel 1914, è giunta a ventitré volumi, e ha toccato ormai gli otto milioni di copie vendute. È un'opera che noi aggiorniamo continuamente, frutto d'una ricerca e di un rinnovamento che forse non abbiamo saputo popolarizzare come si deve. Il boom più inatteso, con un incremento del 30% l'anno, lo registriamo attualmente con le nostre collane dedicate ai Paesi esteri: Guida d'Europa, Guida del mondo, Guida dei Paesi lontani. Certo, l'italiano ha imparato ad andare all'estero. Ma si muove preferibilmente nell'arco dei Paesi confinanti d'Europa, Francia, Svizzera, Austria, Jugoslavia, Spagna. Per questo anche i piccoli editori all'inizio si buttano a fare Parigi e Vienna, sicuri di tagliarsi una piccola fetta di mercato. Il guaio è quando si fermano lì.

C'è però chi non si limita a ripetere ciò che fanno le case maggiori. C'è chi pubblica guide che cercano di uscire dai canoni classici, come è il caso della Clup che dei Paesi di cui si occupa offre, insieme a quello culturale-turistico, uno spaccato storico-sociale particolarmente apprezzato da un pubblico più giovane e colto. E poi c'è l'attitudine a seguire e incoraggiare il turismo sempre più diversificato, "tematico" che si va diffondendo oggi. Parliamo di chi fa turismo in barca a vela, in mountain-bi-



liani che vanno al mare, sono appena tre quelli che preferiscono la montagna; ma in quanto a lettori, sono numericamente alla pari, forse addirittura di più quelli che fanno le vacanze al monte.

L'Istituto Geografico De Agostini di Novara è famoso in Italia e nel mondo per i suoi atlanti, le carte geografiche e topografiche. Da qui è partito per farsi editore turistico. Dice ancora Buccini: «La nostra è stata una specie di scommessa. Abbiamo infatti iniziato sette anni fa, quando ancora non c'era il boom editoriale di adesso. Ma eravamo addirittura in ritardo, e se possiamo dire che ci è andata bene, constatiamo nello stesso

È il Touring? Il Touring resta il maggior editore turistico italiano. Un po' di numeri, tanto per cominciare: se si escludono le 500-520 mila copie che ogni anno vengono diffuse con il pacchetto destinato ai soci del Club, vanno calcolate altre 500 mila copie e più di guide edite dal Touring e vendute ogni anno. I maggiori successi editoriali sono le collane "Guida d'Europa" (circa 220.000 copie l'anno), "Guida d'Italia" (75.000 copie) e "Guida rapida d'Italia" (85.000 copie). Basta citare questi titoli per capire che il Tci resta un editore per così dire "classico". Sentiamo Gianni Baglioli, per dieci anni curatore delle guide e ora responsabile sviluppo e

ke, a cavallo, a piedi, in canoa o in decine di altri modi ancor più stravaganti. Per quest'ignoranza di appassionati ci sono le guide ad hoc più curiose e impensabili. Proprio nei giorni scorsi, c'è arrivata in redazione una guida medica da viaggio («Il pocket doctor» delle edizioni Futuro), che insegna come difendersi dai malanni più tipici (o come farsi curare se si è colpiti da essi) nei diversi Paesi del mondo. E Calderini ha appena pubblicato «Gli itinerari del Buddha» (Viaggio nei luoghi sacri in India e Nepal) che si va diffondendo molto. Basta cercare, e ciascuno può trovare la guida che fa per lui.

Le ultime novità dalle vie alpine a quelle di Buddha

Le guide che si pubblicano sono moltissime, gli editori assai numerosi. Diamo qui di seguito un elenco di novità, dove prevalgono per ovvie ragioni i titoli dei due maggiori editori del ramo (Touring Club e De Agostini). Si tratta di titoli tutti apparsi in questi primi mesi del 1990. Non vi è da parte nostra nessuna criterio preferenziale, e nemmeno un'ambizione di completezza. Abbiamo solo inteso fornire un esempio della ricchezza di questo settore editoriale. Il lettore interessato sappia che, chiedendo (e non soltanto presso le librerie ma anche alle edicole, gli autogrill, le stazioni di servizio) può trovare le guide turistiche più disparate.

Edizioni Touring Club Italiano: «Itinerari turistici illustrati da Bologna e dalla riviera romagnola», lire 36.000; «Itinerari turistici illustrati da Venezia e dall'alto Adriatico», lire 36.000; «Alpi Marittime, vol. II», lire 39.200; «Le più belle strade delle Alpi», lire 21.000; «Isole greche», lire 21.000; «Provenza e Costa Azzurra», lire 21.000; «Kenya», lire 38.000; «Campeggi e villaggi turistici in Italia 1990», lire 27.000; «Campeggi in Europa 1989-90», lire 32.000.

Edizioni Istituto Geografico De Agostini: «Austria», lire 32.000; «Corsica», lire 25.000; «Leningrado», lire 23.000; «Messico», lire 35.000; «Mosca», lire 23.000; «Regioni e meraviglie d'Italia: «Sardegna», lire 25.000; «Riviera Adriatica», lire 25.000; «Sicilia Archeologica», lire 12.000; «San Marino», lire 10.000; «Pistoia e l'Abetone», lire 15.000; «Vallesia», lire 15.000; «Guida del campeggiatore: Italia-Europa», lire 19.500; «Guide essenziali: «Amsterdam», lire 12.000; «Costa Azzurra», lire 12.000; «Thailandia», lire 12.000; «Vietnam», lire 12.000; «Videocassette più volume più carta topografica», lire 29.500; «Firenze e dintorni», lire 29.500; «Il lago di Garda», lire 29.500; «Venezia e laguna», lire 29.500; «Umbria mistica», lire 29.500; «Monografie geografiche: «La provincia di Genova», lire 39.500; «La provincia di Savona», lire 39.500; «Lungo l'Arda e il Nurra», lire 35.000; «Guide di città: «Torino», lire 32.000.

Edizioni Futuro: Le guide «Grecia I (Le regioni continentali)», lire 42.000; «Grecia II (Peloponneso)», lire 42.000. I Paesi del mondo: «Praga e

Cecoslovacchia», lire 20.000; «Portogallo, Maderi e Azzorre», lire 20.000; «Turchia», lire 20.000; «Trekking e avventura: «Trekking nel Nepal», lire 30.000; «Sahara, guida al deserto», lire 34.000.

Edizioni Polyglot/A Valardi: Guida del turista: «Berlino, con un dizionario pratico», lire 16.000.

Edizioni Hoepli: «Venezia e il Veneto», lire 25.000.

Editoriale Eurocamp: Guida dei campeggi e dei villaggi turistici Italia-Corsica, «Eurocamping 1990», lire 19.000.

Edizioni Il Manifesto-Le ga per l'ambiente: «Guida d'Italia al mare pulito (dove fare il bagno spiaggia per spiaggia, ciò che resta da vedere lungo le coste)», lire 19.000.

Edizioni Clup Guide: «Barcellona», di Giuliana Bertolaso e Stefano Giomi, lire 25.000.

Edizioni Calderini: «Itinerari del Buddha, viaggio nei luoghi sacri in India e Nepal», di M.G. Ranieri e E. Crespi, lire 25.000; «Egitto», lire 28.000; «India», di Vasco Dimatore, lire 40.000.

Edizioni Piccini: «La salute del viaggiatore», di S. Ginanni Corradini e S. Catania, lire 60.000.

Edizioni Pirelli Road Book: «Corsica, 1000 km sulla montagna in mezzo al mare», di Roberto Cattone, lire 25.000.

Edizioni Sipr: «Guida delle regioni d'Italia», 4000 pagine, lire 190.000.

Edizioni Zanfi (Insight guides): «Francia», a cura di Anne Sanders Roston, lire 48.000; «Gran Bretagna», a cura di Merin Wexler, lire 48.000.

Edizione Genova: «Trevi», lire 18.000.

Edizioni Iarp: «Terranova-Vademecum per l'agriturismo in Piemonte», lire 5000 più 3000 di spese postali.

Editore Cantini: «Berlino», lire 35.000.

Edizioni Rizzoli-Bar: Vilmondo: «Thailandia, Birmania, Hong-Kong, Macao», lire 12.000; «Egitto, Israele, Giordania, Yemen», lire 12.000; «Grecia», lire 12.000; «Spagna», lire 12.000.

Roberto, non Mario
Nel numero scorso, sotto il titolo «Mari, nomi e minoreni» è apparsa la firma Mario Dentù invece di Roberto Dentù. Ce ne scusiamo con i lettori e con Roberto e Mario Dentù.

NOVITA

Caterina Caselli
«Amada mia»
Sugar / PolyGram 508 100

Davanti al ritorno di Caterina Caselli al canto si può reagire da laché oppure da razzisti. Ma perché non lasciare le motivazioni psicologiche al soggetto, assieme a tutti i suoi diritti, attenendosi solo al senso dei suoni? L'album, d'altronde, non sembra implicare complesse problematiche: la Caselli, insomma, non è una Faithfull che fa tabula rasa del proprio fragile passato e scava trascurate e più mature ricchezze dentro di sé.

Prodotto con piacevole accuratezza, sebbene con strumentazione essenziale, l'album forse solo in un paio di canzoni tenta un nuovo stadio vocale: una è «Ah, Caterina», e non per titolo e testo, l'altro la sanremese «Bisognerebbe ecc.», che non finisce come al Festival su una nota bassa tenuta ma con una serie di ornamentazioni. Poi non rinuncia ad ammiccare al revival con «Il volto della vita in particolare ma anche con «Insieme a te, una delle canzoni di Conte (le altre sembrano una prova di «capacità di Caterina interprete), e la gucciana «Per fare un uomo». E sempre in questi casi vince il passato sulla copia.

□ DANIELE IONIO

Antologia
«Nota bene»
Rca PI 74536/BMG

L'attenzione, e non solo perché è il primo titolo, come subito a «La città operaia della fabbrica di cioccolato», ma se la sorpresa viene da una performance marcatamente acerba, la spiegazione è semplice e va cercata in fondo a destra sul retro della busta: l'album è il risultato dell'iniziativa «Musica nelle scuole» condotta dalla BMG Ariola e gli Okki Pears sono uno dei tre gruppi debuttanti proposti dal disco.

Che ha pertanto un suo valore di documento e d'informazione: magari meno di necessità musicale, perché la buona carica emozionale non riesce, in nessuno dei tre, a coprire uno stadio ancora prenatale. Altrettanto evidente nei rifacimenti che nulla aggiungono e meno stravolgono che gli stessi Okki Pears tentano di «Ognuno è libero di Tenco e i Rouge Dada de Il cielo in una stanza di Paoli. Non a tutto il punto riesce di manipolare canzoni sinistrarie... Più convincenti nella loro foschia punk i Dhama, anche perché indirizzati, un po' alla CCCP, a un'italica deformazione dei modelli.

□ DANIELE IONIO

Il Maestro e Cenerentola

PAOLO PETAZZI

La Polygram ha presentato qualche settimana fa un catalogo di videocassette di opere e concerti. È particolarmente difficile e problematico proporre la dimensione visiva di un'opera fuori del teatro, ma la videocassetta può essere un documento per conservare almeno una traccia di uno spettacolo importante (a mio parere andrebbe privilegiata questa funzione) oppure anche nella artificialità di un «film» può offrire stimoli e idee e servire forse da strumento di divulgazione, purché lo spettatore sappia evitare il rischio di privilegiare la dimensione del vedere su quella dell'ascoltare. Non è un buon segno che queste videocassette siano accompagnate dal semplice riassunto dell'opera: mancano i libretti e qualunque informazione storica.

Poiché comunque un'opera in videocassetta comporta inevitabilmente una serie di compromessi, le soluzioni adottate vanno giudicate caso per caso, e tra i primi titoli ora pubblicati in Italia uno dei casi più interessanti e suggestivi è certamente la «Cenerentola» di Rossi-



Il maestro Claudio Abbado

ni realizzata nel 1981 con Claudio Abbado a capo dei complessi della Scala e con la regia di Jean-Pierre Ponnelle. Ad Abbado si deve già una splendida registrazione in disco della «Cenerentola» con Teresa Berganza protagonista; ma dai tempi delle prime rivelazioni le sue interpretazioni del Rossini bulfo, pur conservando sempre una chiarezza, nitidezza e tensione straordinarie, si concedono talvolta spessori e colori diversi, qualche morbidezza in più, una nuova varietà. Non viene meno la lucidissima analisi dei meccanismi del comico rossiniano, l'assoluta nitidezza con cui Abbado ne sa rivelare certi implacabili congegni a orologeria; ma circola nell'insieme della «Cenerentola» un gusto vitalistico più sciolto, c'è forse qualche abbandono in più, anche nella tenera malinconia che circonda la figura della protagonista o nei duetti d'amore. Da questo punto di vista la videocassetta fornisce elementi di confronto interessanti con il disco registrato una decina d'anni prima, anche perché molti cantanti sono diver-

Rossini che sembra miracolosamente prender vita: è uno dei molti momenti del film che si discostano dalla regia teatrale che era stata in senso assoluto una delle migliori di Ponnelle. Il compianto regista francese gioca con elegante equilibrio tra dimensioni possibili soltanto in un film e dimensioni propriamente teatrali e chi ha visto la sua «Cenerentola» alla Scala ritroverà molte intuizioni felicissime, magari con qualche ritocco: basti citare l'entrata di Dandini con il suo seguito nel primo atto. Non solo l'aria di Alidoro, ma anche alcune scene della festa nel palazzo del principe sarebbero impossibili in teatro; ma ci si riporta alla iniziale dimensione teatrale (in complesso prevalente) per il gran finale del riconoscimento e di «Nacqui all'affanno e al pianto». Dispiace che l'inopportuna insistenza su primi piani sottolineati in modo eccessivamente farsesco certi gesti; tuttavia nell'insieme la misura garbata del gioco fra dimensioni diverse e la felicità di tante invenzioni fanno ritrovare anche in questa videocassetta (VHS 072 402-3) il miglior Ponnelle.

NOVITA

Bisca
«Ninos»
Flying Records 015

L'internazionalismo napoletano poteva sembrare esausto: anche per autocelebrazione. Non è proprio così. E non occorrono, poi, neppure nomi assolutamente nuovi. Tali lo sono, Bisca, solo per l'ufficialità sonora, avendo agito in passato per avanti etichette dei cosiddetti circuiti alternativi. È un gruppo di sette e per non smentire il cosmopolitismo quest'album se lo sono registrato e in parte mixato a Londra, servendosi di collaboratori legati a vari nomi famosi della «cena pop internazionale». Ma la loro musica è fresca e vogliosa d'esprimersi.

Onesta nel senso che i Bisca privilegiano il momento della sintesi su quelli delle componenti sonore utilizzate, d'altronde solo generalizzabili in un campo fra disco dance e funk. I pezzi sono in napoletano alcuni, italiano e inglese altri. Pur con esiti qualitativi un pochino volubili, «Ninos» sfugge, soprattutto, a quel gusto autoaffermativo che aveva finito per offuscare di retorica l'ultima ondata produttiva di Napoli.

□ DANIELE IONIO