

“In principio fu John Fante”

di Simonetta Fiori



Claudia Tarolo e Marco Zapparoli di Marcos y Marcos, uno dei piccoli editori presenti alla prossima Fiera di Roma, raccontano un successo lungo 35 anni: “Parlare con i librai e ascoltare gli autori: così una nicchia diventa fenomeno pop”



A Milano Claudia Tarolo e Marco Zapparoli
In alto la casa editrice Marcos y Marcos

Il piccolo editore lo si riconosce dallo sguardo. Concreto come quello di un artigiano esperto, però attraversato da lampi di follia, perché senza quella è difficile mettersi a fare i libri oggi. «È successo all'aeroporto di Linate», racconta Claudia Tarolo, cinquantaduenne milanese che faceva la manager d'una multinazionale. «Un ripensamento improvviso: davvero volevo dedicare la mia vita ai profitti d'un produttore di software?». Aveva appena ritrovato Marco, l'amore della sua adolescenza. Quasi vent'anni prima lui s'era lanciato nell'avventura di una casa editrice, e lei ne conservava il primo libro uscito dalla tipografia, *E da segrete scale* di Georg Heym. Marco l'aveva tradotto dal tedesco, stampato in carta pregiata e portato di libreria in libreria. Da lì era iniziato tutto, dalle segrete scale ai più recenti successi di Boris Vian e John Fante. Perché non ricominciare con Marco e con libri? Oggi Claudia è una delle due colonne di Marcos y Marcos, che ha festeggiato i trentacinque anni.

L'altra colonna naturalmente è Marco, di cognome fa Zapparoli, un curioso impasto di concretezza contadina lombarda — il ramo sanguigno del padre — e aristocratica irrequietudine ereditata dall'antica stirpe Condé-Conti, ramo materno. In realtà all'inizio i Marcos erano due. Un poeta cileno era rimasto colpito dai loro raffinati libricini tanto da scrivere la dedica: “*Para Marcos y Marcos con todo el carino*”. Poi l'altro Marco ha inseguito sogni diversi, ma l'insegna della casa è rimasta quella, come nelle ditte di famiglia.

Claudia Tarolo e Marco Zapparoli sono due dei tantissimi monaci pazzi del libro che sopravvivono

tenaci a crisi, recessioni e concentrazioni. Se domani come fanno, ti rispondono con la parola condivisione, che è cosa ben diversa dai rituali astratti del digitale. Condivisione è passare il tempo con i librai — il giro d'Italia in ottanta librerie è un'idea di Marco. Condivisione è anche ascolto degli autori, delle passioni e delle difficoltà. Senza discussioni fino a notte fonda, non sarebbe mai nato il bestseller da trecentocinquanta mila copie *Se ti abbraccio non aver paura*: il viaggio di un padre e del suo bambino autistico raccontata da Fulvio Ervas. All'inizio un sacco di perplessità. «E se suona patetico? O anche soltanto noioso? Ci vedevamo spesso con Fulvio, Franco Antonello e suo figlio Andrea», racconta Claudia. «C'era anche allegria ma Andrea s'accorgeva delle mie preoccupazioni. “Claudia non ride”, diceva come un sismografo dei moti più nascosti». Poi il libro ha preso la sua strada: raccontare come una difficoltà possa diventare risorsa. E non importa se è poi fiorito un filone modaiolo, nutrito dalle disgrazie famigliari: ai piccoli capita di frequente di trovare le pepite d'oro che nelle mani dei giganti diventano business di leghe miste. Era già accaduto con *Chiedi alla polvere*, rilanciato da Marco grazie all'incontro con Capossela. Poi però i diritti di John Fante scivolarono nelle mani di un marchio blasonato e «molti ci diedero per spacciati». Ma i matti difficilmente si arrendono. E a proposito di follia tecnicamente intesa: oggi si sono buttati nel progetto di Paolo Nori che racconta i matti di ciascuna città, «perché i matti di Cagliari sono diversi da quelli di Torino». E tra matti, si sa, ci si intende al volo. Però, seppure ricca di visionarietà, la corda pazza non basta. Come riuscire a difendersi in un mondo sempre più omologato — gli editori concentrati nei colossi, le librerie nelle catene? La sfida, risponde Marco, è quella del tempo. Tempo di lettura e tempo di cura per i libri. «Trentacinque anni fa erano tredicimila le novità di tutto il mercato editoriale, e le librerie per farle conoscere circa 3.482 (solo duecentotrentadue di catena). Oggi le novità sono sessantamila, e le vetrine dove trovarle 2.274 (circa mille sono le librerie di catena). Risultato: crescono enormemente i libri ma diminuisce la possibilità di farli conoscere». E

allora bisogna inventare nuovi modi per farsi leggere, anche organizzando nelle scuole corsi di lettura ad alta voce. “Il libro alza la voce” è il nuovo slogan coniato da Marco che nella formula *up-to-date* diventa *Booksound*.

Il primo manifesto, negli anni Ottanta, era stato affidato alle mani esperte di Bruno Bozzetto che aveva vergato il fumetto: “Furbo chi legge”. Ora sarebbe improponibile. È cambiato tutto nella scena culturale, mutamenti tumultuosi anche nell'editoria, ma non si colgono accenti nostalgici dentro la palazzina colorata dei Frigoriferi milanesi, grandi cubi grigi dove trovano ospitalità caveau d'arte e orchestre musicali.

«Un tempo esisteva il lettore Einaudi: sapiente, fine, molto colto», racconta Marco. «Oggi la piccola editoria ha creato nicchie di lettori pop, forse più superficiali e anche adolescenziali, ma liberi dall'“erremoscismo” da salottino culturale». Ora Claudia guadagna molto meno rispetto al suo lavoro da manager, però non tornerebbe indietro. La sua storia con Marco è finita, ma al numero 10 di via Piranesi non è cambiato nulla. La vita è una, e vale la pena di essere vissuta al meglio.

Lo pensano anche i due ottuagenari “contromano” di Michael Zadoorian, di cui si sono innamorati prima Marcos y Marcos e poi Paolo Virzi che ne sta facendo un film con Helen Mirren e Donald Sutherland. Due adorabili squinternati che, contro ogni ragionevolezza, saltano su un vecchio camper per giocare il loro round finale. «Perché la vita è drammaticamente, teneramente nostra», dice Ella che ha più acciacchi di un Paese del Terzo Mondo. La vita è nostra fino all'ultimo chilometro. E fino all'ultimo libro.