

AL SERVIZIO DI CHI VUOLE SCOPRIRE

Qui sotto: vecchie e nuove "Guide Rosse", alcuni volumi della collana "Guida dei Monti d'Italia" e libri del catalogo attuale. Nella pagina a fianco e nella successiva: vecchie e nuove "Guide Verdi", atlanti, esemplari della serie "Capire l'Italia" e cartografie (fotografie di Lorenzo De Simone).

STORIE EDITORIALI FUORI DAL COMUNE

IL TOURING CLUB ITALIANO
ALLE PRESE CON I LIBRI

MAMMA DI TUTTE LE GUIDE

IL PRIMO VOLUME VENNE REALIZZATO DAI "FONDATORI
CICLISTI" PER FAR CONOSCERE L'ITALIA AGLI ITALIANI

di CRISTIANA BAIETTA



La storia di Touring Editore è strettamente legata a quella del Touring Club Italiano, la più grande e prestigiosa associazione turistica d'Italia. Fondata l'8 novembre 1894 da un gruppo di 57 velocipedisti con l'intento di diffondere i valori ideali e pratici della bicicletta, del viaggio, della conoscenza della neonata nazione, il Tci (allora Touring Club Ciclistico Italiano) attira l'interesse delle componenti più sensibili della società e raggiunge i 16mila soci già nel 1899.

La volontà di far conoscere l'Italia agli italiani si traduce presto nella realizzazione della prima guida turistica: nel 1895 esce la *Guida-itinerario dell'Italia e di alcune strade delle regioni limitrofe*, volume tascabile di 390 pagine rilegato in tela azzurra con impressioni in oro.

Con l'avvento dell'automobile il Tci si apre alle nuove forme di turismo e mobilità. Alle prime guide (veri censimenti descrittivi delle strade percorribili in bicicletta) si aggiunge nel 1906 la prima *Carta Turistica d'Italia* in scala 1:250.000, prodotta interamente dal suo rinomato Ufficio cartografico dopo un iniziale periodo di collaborazione con l'Istituto Geografico De Agostini.

Nel 1914 pubblica il primo volume della "Guida d'Italia", dal titolo *Piemonte, Lombardia e Canton Ticino*. L'idea è di produrre e diffondere gratuitamente a tutti i soci la "risposta italiana", fatta da e per gli italiani, alle Baedeker e Joanne che avevano la leadership anche nel nostro Paese. Su queste guide, che per il colore del raffinato cofanetto divengono note come le "Guide Rosse", si formeranno generazioni di turisti e di cittadini italiani che ne apprezzeranno

la precisione e l'esautività. Qualità che ancora oggi ne fanno, per riconoscimento ufficiale del Ministero per i Beni e le Attività Culturali, il maggior repertorio dei beni culturali del nostro Paese.

Nel 1922 nasce la prima *Guida d'Italia per Stranieri* e nel 1931 la *Guida gastronomica d'Italia*, che applica alla cucina regionale il concetto di bene culturale. Nel 1934 viene avviata, con il CAI, la collana "Guida dei Monti d'Italia", la bibbia grigia di alpinisti e scalatori.

Durante il Ventennio il Tci, nonostante le difficoltà dell'epoca, consolida il suo ruolo culturale e di divulgazione della coscienza geografica.

Alcuni titoli: nel 1927 esce la prima edizione del monumentale *Atlante Internazionale* e nel 1934



nasce un nuovo modello di cartografia turistica, la *Carta Automobilistica d'Italia* a scala 1:200.000, base di riviste di grande spessore culturale (*Le Vie d'Italia* dal 1917, *Le Vie d'Italia e d'America Latina* dal 1924 poi *Le Vie del Mondo*). Per far conoscere l'Italia agli italiani anche mediante la fotografia il Tci lancia una collana di

monografie regionali dal titolo “Attraverso l’Italia”; dal 1930 i suoi volumi azzurri formeranno l’immaginario e il gusto estetico degli italiani. La collana verrà ripresa negli anni Sessanta e negli anni Ottanta adeguandola all’evoluzione del linguaggio fotografico.

In un’ottica di servizio per il crescente fenomeno del turismo il Tci pubblica riviste specializzate (*L’Albergo in Italia*, nato nel 1925), il *Manuale dell’Industria alberghiera* (1923), il *Manuale del Turismo* (1934) e – best seller dell’epoca – la collana delle “Guide pratiche ai luoghi di soggiorno e di cura in Italia”, repertorio illustrato per la scelta consapevole dei luoghi di villeggiatura.

Gli anni del Secondo conflitto mondiale segnano un periodo difficile, ma alla fine della guerra il Tci partecipa alla ricostruzione morale e materiale del Paese ricominciando a pubblicare guide, riviste e cartografia e ammodernando linguaggi, tecnologie e procedimenti.

Nel 1958 nascono le “Guide Rapide”, per rispondere al bisogno di un turismo che si va facendo più veloce, mentre nel campo della divulgazione memorabile è la collana “Conosci l’Italia”, in dodici volumi distribuiti gratuitamente dal 1957, che offrono uno sguardo enciclopedico su paesaggio, natura, arte e storia dell’Italia.

Nel 1961 esce *Svizzera*, il primo volume di una nuova collana denominata “Guida d’Europa” e contraddistinta da una copertina verde. Questo colore le rende ancora oggi note come “Guide

Verdi” e saranno destinate a una tale diffusione che lo scrittore Giorgio Manganelli le definirà «mamme di plastica» dei viaggiatori italiani all’estero.

Il periodo tra i decenni Sessanta e Novanta vede il consolidamento e l’adeguamento delle strutture in termini di risorse umane, culturali e tecnologiche. Tra i titoli di questi anni, la collana “Capire l’Italia” (distribuita ai soci dal 1978), che introduce il concetto di bene culturale anche per il paesaggio, i segni del lavoro e l’organizzazione urbana. Ancora oggi i saggi contenuti in quei volumi sono validi e utilizzati nella didattica universitaria. Indimenticabili anche i volumi delle serie “Attraverso l’Europa”, “Italia Meravigliosa” e “Attraverso l’Italia”, che lanciano fotografi come Gianni Berengo Gardin, Toni Nicolini, Francesco Radino, Mario Cresci, Mimmo Jodice.

Oggi Touring Editore è indiscusso punto di riferimento nel campo dell’editoria turistica in Italia. Da

oltre un secolo, la sua attività accompagna l’evoluzione del tempo libero: dalle gloriose “Guide Rosse” alle attuali guide su iPhone, dalle prime carte stradali ai navigatori, le sue pubblicazioni e i suoi prodotti forniscono agli italiani gli strumenti per praticare un turismo consapevole e di qualità. Il suo catalogo conta attualmente oltre 700 titoli. Gli oltre 100 titoli delle “Guide Verdi”, insieme alla cartografia stradale e turistica, coprono l’Italia con le sue regioni e città, quasi la totalità dell’Europa, oltre alle principali mete



turistiche del mondo. Prodotti fatti a regola d'arte che rispecchiano tutta la passione di chi li progetta e li scrive a beneficio della comunità dei viaggiatori. Un patrimonio unico di luoghi narrati e turisticamente valorizzati.

Altre collane si affiancano per soddisfare tutti i gusti: "Guide Touring" con percorsi in camper e in bicicletta per il viaggiatore *slow*, gastronomia e cultura nelle guide "Itinerari" realizzate in collaborazione con Slow Food Editore, repertori dedicati alla ricettività e alla ristorazione di livello e ai vini da vitigno autoctono; guide di formato tascabile sulle città ("Cartoville") o sui comprensori turistici italiani (guide "Verdi pocket") per il viaggio più breve o per coloro che desiderano un prodotto più snello e agile.

La casa editrice si configura quindi come il principale produttore nazionale di contenuti turistici, di cartografia e di prodotti editoriali turistici multimediali; prosegue, senza sosta, il lavoro quotidiano teso a recepire e a riflettere con tempestività nel catalogo i mutamenti delle culture e dei gusti che segnano la storia di una società. All'interno di Touring Editore, e intorno ad esso, continuano a gravitare professionalità di forte caratura, profondamente caratterizzate da competenze specifiche nell'ambito tradizionale della storia dell'arte, delle discipline legate al paesaggio come pure in ambiti maggiormente legati al concetto moderno di turismo, dai cammini religiosi al trekking urbano, dal turismo consapevole e responsabile al marketing territoriale, dai percorsi a piedi, in bicicletta o a cavallo alla ricettività alberghiera ed extralberghiera, dalla ristorazione legata al territorio o di qualità, al prodotto tipico e alle tradizioni popolari.

Cristiana Baietta

ALCUNI DATI (2018)*

Il mercato dell'editoria turistica pesa, sul totale del comparto editoriale, per il 2,7%. All'interno di questo settore, Touring Editore occupa stabilmente, da diversi anni, la seconda posizione, con una quota di mercato pari al 14,0%.

Scendendo ancora di livello la posizione migliora; infatti, se si analizza il mercato delle guide turistiche dedicate all'Italia, la posizione di Touring Editore è di leadership con una quota di mercato corrispondente al 22,8%, una posizione dovuta principalmente al fatto che le sue guide sono realizzate in Italia, da autori italiani capaci di offrire al pubblico di casa, specie per quel che riguarda le mete nazionali, un prodotto di ottimo livello.

*FONTE: Nielsen BookScan 2019

IL TARGET

Il mercato di riferimento di Touring Editore è composto da un pubblico medio-alto, di buona scolarizzazione, interessato principalmente ai viaggi individuali, che necessita di informazioni puntuali, non banali e non scontate. È un pubblico attento, anche critico quando occorre, che cerca il dialogo con l'editore attraverso la segnalazione di emergenze artistiche o paesaggistiche non segnalate o non correttamente valorizzate. Anche per quel che riguarda l'indicazione delle notizie pratiche dedicate all'accoglienza e alla ristorazione, il lettore delle guide Touring è attento, pronto a segnalare quel locale o quel b&b di recente apertura, e come tale non riportato dalla guida, ma che secondo l'utente deve essere riportato nella nuova edizione della guida.

Un lettore, in sostanza, che ha nei confronti della casa editrice la stessa attenzione che ha per il Touring Club Italiano il proprio corpo sociale.