

I cataloghi a stampa della Giacomo Agnelli (1866-1922)

Il lavoro cerca di far luce sulle strategie editoriali e sulle tipologie librerie della casa editrice Giacomo Agnelli in un periodo compreso tra la seconda metà dell'800 e la prima del '900. Al centro dell'analisi vi sono i cataloghi a stampa della ditta milanese¹. Rilevata nel 1813 dall'omonimo Giacomo Agnelli, presunto discendente di una famiglia lombarda con un'esperienza nel campo della stampa lunga oltre tre secoli, la casa editrice ubicata nella corsia Santa Margherita mosse i primi passi nel panorama editoriale cittadino misurandosi con una produzione religiosa rivolta al clero e alla comunità dei fedeli. Grazie al lavoro dei precedenti proprietari dello stabilimento, i fratelli Galeazzi, i quali erano riusciti nel 1777 a guadagnare l'ambito titolo di "Librai e Stampatori Arcivescovili"², la ditta seppe coltivare un legame privilegiato con la curia ambrosiana del capoluogo lombardo, per la quale stampò moltissime opere a prezzi notevolmente elevati (nel 1846 le *Litanie majores et tridunae solemnes ritu Ambrosianu* vennero date in vendita a quaranta lire, facendo la fortuna dell'azienda)³. Ma fu la copiosa produzione di catechismi, letture edificanti, novelle esemplari e volgarizzamenti delle Sacre Scritture destinati al pubblico laico a far sì che la ditta Agnelli divenisse una realtà di spicco a livello nazionale nel corso del XIX secolo. A partire dal 1827, infatti, data di pubblicazione di *Delle regole a rettamente amministrare i sacramenti* scritto dal sacerdote Girolamo Careno⁴, questi testi, «corredo minimo per la vita reli-

L'articolo trae spunto dalla mia tesi di laurea: *I cataloghi a stampa della casa editrice Giacomo Agnelli (1866-1922)*, Università degli studi di Milano, Facoltà di lettere e filosofia, a.a. 2008-2009, relatore prof.ssa L. Braidà.

¹ Nel corso dello studio si sono rivelati fondamentali i seguenti strumenti bibliografici: *Notizie intorno alla Tipografia e Libreria Editrice Ditta Giacomo Agnelli*, Milano, Stab. tip. Ditta Giacomo Agnelli, 1896; *CLIO. Catalogo dei libri italiani dell'Ottocento*, Milano, Editrice Bibliografica, 1991; R. LOLLO, *Editori a Milano: la famiglia Agnelli*, «Annali di storia dell'educazione e delle istituzioni scolastiche», III (1997), n. 4, pp. 33-52; *TESEO. Tipografi e editori scolastico educativi dell'Ottocento*, a cura di G. CHIOSSO, Milano, Bibliografica, 2003; *Editori italiani dell'Ottocento: repertorio*, a cura di A. GIGLI MARCHETTI, M. INFELISE, L. MASCILLI MIGLIORINI, M.I. PALAZZOLO, G. TURI, Milano, FrancoAngeli, 2004. Mi sono inoltre avvalsa del Sistema bibliotecario nazionale (SBN) consultabile *on-line*.

² Cfr. la voce, redatta da Roberto Sani, relativa alla ditta Giacomo Agnelli, in *TESEO*, cit., p. 1.

³ M. BERENGO, *Intellettuali e librai nella Milano della Restaurazione*, Torino, Einaudi, 1980, p. 171.

⁴ *CLIO*, cit., p. 4977.

giosa dei fedeli»⁵, cominciarono ad essere stampati senza sosta, diventando il nucleo centrale della sua attività almeno sino all'Unità, quando, parallelamente alle leggi sull'obbligatorietà dell'istruzione elementare, si andò intensificando una consapevole specializzazione educativo-scolastica.

Per avere un quadro complessivo dello sviluppo della casa editrice meneghina a ridosso del XX secolo è fondamentale attingere ai vari cataloghi promozionali recuperati, i quali abbracciano un arco di tempo compreso tra il 1866 e il 1922. Individuati presso le biblioteche milanesi Braidense e Ambrosiana, la Biblioteca Civica Angelo Mai di Bergamo e la Fondazione Tancredi di Barolo di Torino, i cataloghi, alcuni datati, altri sprovvisti di riferimenti temporali, sono undici: il *Catalogo della Tipografia e Libreria Arcivescovile ditta Giacomo Agnelli*, del 1866; il *Catalogo delle opere scolastico-educative e varie pubblicate dalla Tipografia Libreria Editrice ditta Giacomo Agnelli*, del 1878; il *Catalogo delle opere scolastico-educative e varie pubblicate o possedute dalla ditta Giacomo Agnelli*, del 15 aprile 1881; il *Catalogo dei libri ad uso premio educativi-scolastici-ascetici-religiosi con assortimento di attestati per le scuole della Tipografia e Libreria Editrice ditta Giacomo Agnelli*, dell'agosto 1881; il *Catalogo dei libri scolastici in uso nelle scuole del Regno della Premiata Tipografia e Libreria Editrice ditta Giacomo Agnelli*, del 15 ottobre 1882; il *Supplemento al Catalogo Collettivo della Libreria Italiana 1881 della Tipografia e Libreria Editrice ditta Giacomo Agnelli*, del maggio 1884; il *Nuovo catalogo per le premiazioni dell'Antica ditta Giacomo Agnelli*, [s.d.]; il *Catalogo dei libri ed articoli scolastici approvati per le scuole del Regno della Casa Editrice Tipografica Libreria ditta Giacomo Agnelli*, del dicembre 1890; il *Catalogo della Casa Editrice Tipografica Libreria ditta Giacomo Agnelli*, [s.d.]; il *Catalogo generale trimestrale della Casa Tipografica Libreria Editrice Arcivescovile ditta Giacomo Agnelli*, dell'ottobre [s.a.] e l'*Estratto del Catalogo generale della Casa Editrice Giacomo Agnelli di Ignazio Lozza & Figlio*, del 1° agosto 1922.

Questi documenti possono essere sommariamente distinti in due diverse categorie. Quelli pubblicati tra il 1866 e il 1890, concepiti come documenti d'assortimento, assecondano una tendenza ottocentesca tipica dei fascicoli di vendita dei librai:

i cataloghi dei librai che privilegiano l'attività di bottega di vendita a quella di stampatori, pur svolta da essi in molti casi, espongono tutta la merce in magazzino, nella quale è difficile discernere le novità librarie appena acquisite dalle disponibilità⁶.

A partire dall'ultimo decennio del XIX secolo, invece, e in modo particolare dal *Catalogo della Casa Editrice Tipografica Libreria ditta Giacomo Agnelli*, riesce ad imporsi un'organizzazione ben più razionale riscontrabile in una netta separazione tra le pubblicazioni della ditta e quelle altrui. La fondatezza dell'impegno manageriale assunto nel 1891 dal nuovo direttore Ignazio Lozza, che

⁵ Ivi, p. 170.

⁶ M.I. PALAZZOLO, *I tre occhi dell'editore*, Roma, Archivio Guido Izzi, 1990, pp. 107-8.

FdL

aveva iniziato a lavorare presso la casa editrice negli anni '60 in qualità di commesso librario⁷, trova conferma, dunque, negli ultimi fascicoli commerciali recuperati, più moderni, accattivanti e strategici tanto nella forma (il *Catalogo generale trimestrale della Casa Tipografica Libreria Editrice Arcivescovile ditta Giacomo Agnelli* per le sue ampie pagine interamente illustrate sembra essere concepito prendendo spunto dalle riviste di moda del tempo) quanto nell'organizzazione (l'*Estratto del Catalogo generale della Casa Editrice Giacomo Agnelli di Ignazio Lozza & Figlio* è il primo e unico documento in cui la ditta, qualificatasi semplicemente con il titolo di "Casa Editrice", presenta un'ampia ed esclusiva offerta di "Edizioni Agnelli").

Nonostante queste caratteristiche accentuino l'evidente eterogeneità con cui gli undici cataloghi sono stati compilati, è possibile guardare alla loro totalità in quanto tangibile testimonianza dell'impegno della ditta all'interno della produzione istruttivo-pedagogica, destinata all'infanzia (filone scolastico) e al ceto popolare e operaio (filone lavorista e selfhelpista). Oltre la metà dei documenti analizzati sono interamente dedicati all'istruzione di fanciulli e popolo, e destinati, in modo particolare, «Ai Signori Sindaci, Soprintendenti, Ispettori, Delegati, Maestri e Maestre»⁸, mentre i restanti, sebbene non espressamente rivolti agli istituti di formazione e apprendimento, posseggono al loro interno ampie sezioni contenenti libri di testo, manuali, sillabari, opere di svago, di amena lettura e di premio utilizzati come ricompensa per gli alunni più diligenti e approvati dai Consigli provinciali delle varie città italiane e dal ministero della Pubblica istruzione.

L'originaria vocazione cattolica della casa editrice non si esaurisce con questo passaggio postunitario nel nuovo filone editoriale, bensì si adatta alla mutata esigenza di alfabetizzazione della società attraverso la sollecitazione di opere edificanti e morali, i cosiddetti "libri buoni". Istruire diletta, infatti, diviene il "marchio di fabbrica" della ditta, sfruttato per la promozione sia di singoli titoli sia di collezioni, come la collana di opuscoli e immagini ascetiche dell'abate e cappellano di Napoleone III Isidoro Mullois descritta dai vertici della Agnelli quale «maniera semplicissima per far giungere dappertutto le giuste idee del vero e del bene»⁹. Autori che per la loro avviata carriera nel mondo ecclesiastico, pedagogico e dei servizi sociali vengono sostenuti nel loro impegno letterario e, alle volte, posti alla guida di collane dal solido impianto morale. Così, a Felicita Morandi, direttrice dell'Orfanotrofio femminile meneghino, venne affidata la gestione del "Teatro educativo" intorno al 1870, mentre Giulio Tarra, sacerdote e direttore dell'Istituto dei poveri orfani sordomuti di Milano, venne chiamato a dirigere, nel decennio successivo, le "Storie infantili e scene educative".

⁷ *Notizie intorno alla Tipografia e Libreria Editrice Ditta Giacomo Agnelli*, cit, p. 12.

⁸ *Catalogo dei libri ad uso premio educativi-scolastici-ascetici-religiosi con assortimento di attestati per le scuole della Tipografia e Libreria Editrice ditta Giacomo Agnelli*, Milano, G. Agnelli, agosto 1881, copertina.

⁹ *Catalogo della Tipografia e Libreria Arcivescovile ditta Giacomo Agnelli*, Milano, G. Agnelli, 1866, p. [1].

Gli anni '80 sono segnati da un significativo interesse da parte della ditta nel sollecitare imprese ad ampio respiro, di cui le collezioni rappresentano il più valido esempio. Risale proprio a quel periodo la prima promozione della longeva "Glorie Italiane", composta da bozzetti storici corredati da brevi testi che narrano la vita di importanti figure della patria. Se nel 1881 la collana può contare su una promozione a doppia pagina e sull'autorevole recensione dell'allora ministro della Pubblica istruzione Michele Coppino, a distanza di pochi anni, nel 1884, data di pubblicazione del *Supplemento al Catalogo Collettivo della Libreria Italiana*, essa si arricchisce di sedici nuovi ritratti maschili e femminili. E proprio restando in tema di collezioni, lo studio degli undici cataloghi a stampa ha fatto emergere come vi sia un solo e unico progetto editoriale che è riuscito a imporsi nel corso dell'ultimo decennio dell'800 in quanto a strategicità ed efficacia comunicativa all'interno dei diversi documenti di vendita: la collana "Biblioteca rosea". Diretta da Ester Bezzola Boni e composta da ameni racconti per bambini, essa diventa un punto di riferimento nei tre cataloghi promozionali della casa del 1890 e del 1894, vantando un'illustrazione a tutta pagina. La stessa autrice ottenne un discreto successo grazie alla pubblicazione di ben otto testi nell'arco di soli quattro anni¹⁰.

Tra gli scrittori che spiccano per la loro costante presenza nei vari documenti individuati troviamo Cesare Cantù e Luigi Sailer. Il primo fece stampare con i tipi della casa editrice due tra le opere lavoriste di maggior successo nazionale, ossia *Buon senso e buon cuore* e *Portafoglio di un operaio*, rispettivamente del 1870 e del 1871, le quali, a partire dal *Catalogo delle opere scolastico-educative e varie pubblicate dalla Tipografia Libreria Editrice ditta Giacomo Agnelli* del 1878, seguiranno ad essere promosse fino all'esemplare novecentesco. L'editore, proprio riferendosi al testo del 1870, ne parla come di un «tesoro universalmente noto e apprezzato»¹¹, tanto da meritare una sesta edizione. Un altro indiscusso successo è quello che accompagna l'antologia di poesie graduate per i fanciulli dai cinque ai dieci anni *L'arpa della fanciullezza*, alla cui stesura, oltre a Sailer, collaborano lo stesso Cantù e la già citata Morandi. Pubblicata per la prima volta nel 1865, ne apprendiamo subito il valore dal *Catalogo della Tipografia e Libreria Arcivescovile ditta Giacomo Agnelli* del 1866 dove, inserita all'interno di un elenco di libri scolastici, viene specificato essere stata premiata con medaglia d'argento dall'Associazione pedagogica italiana¹². La Agnelli, che ne cura le prime quattro edizioni fino al 1877, sollecita l'inserimento di due sezioni relative a preghiere e complimenti ai congiunti¹³, dimostrando ancora una volta il proprio interesse nella diffusione di messaggi edificanti e religiosi.

¹⁰ Cfr. *Catalogo dei libri ed articoli scolastici approvati per le scuole del Regno della Casa Editrice Tipografica Libreria ditta Giacomo Agnelli*, Milano, G. Agnelli, dicembre 1890, terza di copertina.

¹¹ *Estratto del Catalogo generale della Casa Editrice Giacomo Agnelli di Ignazio Lozza & Figlio*, Milano, G. Agnelli, 1° agosto 1922, p. 2.

¹² *Catalogo della Tipografia e Libreria Arcivescovile ditta Giacomo Agnelli*, cit., p. [6].

¹³ Cfr. R. LOLLO, *Poesia per l'infanzia nel secolo XIX*, «History of education and children's literature», I (2006), n. 1, pp. 231-66, in particolare p. 258.

FdL

La volontà della ditta di ricoprire l'intero settore scolastico spazia dalla promozione di testi e collezioni alla pubblicità di prodotti e accessori tra cui attrezzi da ginnastica, lavagne, pallottolieri, carte geografiche e ritratti dei Reali sapientemente disegnati in modo da mostrare ai potenziali clienti la merce che sarebbero andati ad acquistare, come avviene nel *Catalogo dei libri ed articoli scolastici approvati per le scuole del Regno della Casa Editrice Tipografica Libreria ditta Giacomo Agnelli* del dicembre 1890, che a questa tipologia di prodotti arriva a dedicare dieci pagine.

Nei confronti della stampa pedagogica l'atteggiamento della casa editrice sembra, invece, più dimesso. Sebbene la Agnelli si assuma l'incarico di pubblicare alcune edizioni di celebri riviste di istruzione, tra cui «Le Prime Letture» di Luigi Sailer, per il biennio 1870-71, «Patria e Famiglia» di Giuseppe Sacchi e «L'Educatore Italiano» per il 1880¹⁴, la sua attenzione nei confronti della produzione periodica resterà sempre circoscritta. Non solo, infatti, la sua promozione compare in tarda epoca tra i documenti trovati (ovvero nel 1881) rispetto a quella di libri e collane, ma lo spazio che ad essa viene riservato rimane sempre marginale e limitato. In un'unica pagina, solitamente posta alla fine del catalogo di vendita, potevano essere pubblicizzati fino ad una decina di giornali, come avviene nel *Catalogo generale trimestrale* collocabile nel 1894, senza che vi fossero inserite né illustrazioni né recensioni approfondite. Questa considerazione non fa altro che confermare la gerarchia organizzativa rintracciabile nei diversi documenti analizzati, dai quali emerge come la casa editrice scelga nel corso della seconda metà dell'800 di sollecitare in primo luogo la produzione libraria, seguita dalla pubblicità di accessori per l'istruzione e l'intrattenimento e, infine, dalla promozione della stampa specializzata.

Giunta al suo massimo splendore negli ultimi anni del XIX secolo, quando un catalogo poteva arrivare a vantare ben cinquantamila copie¹⁵ da distribuirsi sul territorio italiano ed estero, la ditta si avvierà successivamente a un lento ma inesorabile declino. Sebbene non sia stato rinvenuto alcun documento promozionale che faccia luce sulla sua organizzazione tra il 1894 e il 1922, ciò che possiamo sicuramente apprendere dal volume relativo ai *Tipografi e editori scolastico educativi dell'Ottocento* è che Lozza, per cercare di arginare la crisi che aveva colpito la ditta a fine secolo, cercò dapprima di allontanarsi dal settore scolastico, ormai guidato a Milano da realtà editoriali più moderne e all'avanguardia come Vallardi e Trevisini, e successivamente di procedere con l'acquisto della torinese Camillo Speirani¹⁶. Nonostante questi sforzi, la casa editrice non riuscì più a risollevarsi, come confermato dall'*Estratto del Catalogo generale* del 1922, in cui per la prima volta non solo non compaiono più promozioni né di collezioni né di accessori né di periodici educativi, ma anche i titoli presentati, ormai lontani dalla manualistica scolastica, dimostrano di avere una

¹⁴ Cfr. G. CHIOSSO, *I periodici scolastici nell'Italia del secondo ottocento*, Brescia, La Scuola, 1992, pp. 161-64 e pp. 316-18.

¹⁵ *Catalogo generale trimestrale della Casa Tipografica Libreria Editrice Arcivescovile ditta Giacomo Agnelli*, Milano, G. Agnelli, Ottobre, [s.a.], presumibilmente stampato nel 1894.

¹⁶ TESEO, cit., p. 13.

lunga storia editoriale alle spalle. Il mancato reclutamento di nuove leve della scrittura, l'assenza di titoli originali e inediti e la scarsità di rinnovate imprese ad ampio respiro ebbero la meglio nel corso del tempo sull'opera di innovazione e modernizzazione intrapresa, sin dal 1891, dal nuovo proprietario. Ignazio Lozza cercò, infatti, di migliorare «le edizioni scolastiche, adottando un tipo unico di carta per singoli lavori, e si fece in modo che queste uscissero sotto copertine che avessero a risvegliare coi loro colori o fregi variati la naturale inclinazione pel bello, che è nei ragazzi». Inoltre egli volle negoziare e trattare «pel deposito di opere illustri con altri rinomati editori anche dell'estero; rifece di sana pianta i suoi cataloghi, di modo che nulla avessero da invidiare a quelli delle altre ditte. Impiantò subito due linee telefoniche per mettere in corrispondenza diretta la Libreria colla Tipografia»¹⁷.

Se, dunque, un effettivo rinnovamento nella forma esteriore dei cataloghi è rintracciabile negli esemplari di fine secolo esaminati, questo non si accompagna ad alcun progresso dal punto di vista sostanziale e contenutistico. L'impostazione artigianale e antiquata che caratterizza la casa editrice sin dalle origini, oltre ad essere dimostrata dalla riluttanza nell'abbandonare la specifica tipografica e commerciale della sua attività a discapito del lavoro editoriale, trova conferma nelle parole di Renata Lollo. L'autrice, infatti, individua nel testo di Rosa Errera *La famiglia Villanti*, edito dalla ditta nel 1897, un tipico romanzo ottocentesco che incarna perfettamente «l'ideale editoriale della Giacomo Agnelli»¹⁸.

Lo studio dei cataloghi a stampa della casa milanese si è rivelato importante sia nell'ottica di approfondimento delle vicende legate alla sua esistenza, conclusasi nel 1937¹⁹, sia come strumento di comprensione di un mutato orizzonte letterario ed editoriale come quello italiano nel periodo postunitario. La vicenda di una piccola e modesta attività commerciale guidata da un libraio-stampatore che parallelamente ad un percorso di specializzazione produttiva va maturando come figura capace «di concepire sempre nuovi progetti editoriali di respiro nei quali coinvolgere letterati e scrittori all'interno di una redazione che non sia un'impresa occasionale»²⁰, diviene metafora dello sviluppo dell'intero panorama editoriale nazionale.

E per comprendere al meglio questo cammino evolutivo è necessario soffermarsi sulla descrizione di due documenti promozionali magistralmente curati nel loro aspetto esteriore come nel contenuto, ovvero il *Nuovo catalogo per le premiazioni dell'Antica ditta Giacomo Agnelli*, uno tra gli ultimi esemplari d'assortimento individuati e analizzati, e il *Catalogo generale trimestrale della Casa Tipografica Libreria Editrice Arcivescovile ditta Giacomo Agnelli*, organizzato secondo una logica più matura e contemporanea. Conservati presso la Bibliote-

¹⁷ *Notizie intorno alla Tipografia e Libreria Editrice Ditta Giacomo Agnelli*, cit., pp. 12-14, 18-19.

¹⁸ R. LOLLO, *Editori a Milano: la famiglia Agnelli*, cit., p. 51.

¹⁹ Cfr. «Giornale della Libreria», III (1891), n. 39, p. 651.

²⁰ M. INFELISE, *La nuova figura dell'editore*, in *Storia dell'editoria nell'Italia contemporanea*, a cura di G. TURI, Firenze, Giunti, 1997, p. 62.

FdL

ca Ambrosiana di Milano, questi sono i più ricchi tra quelli recuperati non solo quanto a numero di pagine (rispettivamente 104 e 72) ma anche considerando la presenza di materiale iconografico al loro interno. Il *Nuovo catalogo per le premiazioni* è, infatti, l'unico fascicolo della Agnelli impreziosito da una copertina e una quarta di copertina interamente disegnate e a colori: ad aprire il documento è raffigurata una sinuosa e leggiadra musa mentre in chiusura una cornice floreale svela il percorso che dalla stazione di Milano e dalla piazza del Duomo conduce alla sede della casa editrice.

Per quanto concerne il *Catalogo generale trimestrale*, l'ampio ricorso a illustrazioni si declina alla massima potenza tra le pagine interne, dove nessun titolo e nessuna collezione sono promossi senza corredo iconografico. I disegni non vengono utilizzati in quanto fine abbellimento, bensì come completamento e integrazione alla presentazione delle opere; così l'intera produzione selfhelpista di Cesare Cantù viene sintetizzata iconograficamente da una scenetta in cui possiamo distinguere contadini intenti al lavoro dei campi e operai in fabbrica, mentre per quanto riguarda la collezione infantile "Biblioteca rosea", composta da letture dilettevoli, il famoso incisore, e già collaboratore di Edoardo Sonzogno, Antonio Bonamore firma un'illustrazione amena e istruttiva. Nonostante i due cataloghi siano stati realizzati con un'evidente attenzione tipografica, in entrambi non è riportata la data di stampa. E se, per quanto riguarda il primo, questo fatto è imputabile al suo pessimo stato di conservazione (le estremità del documento sono, infatti, gravemente danneggiate), il secondo, in buone condizioni, menziona inspiegabilmente solo il mese di pubblicazione, un generico ottobre²¹. Da un'analisi dei titoli contenuti emerge che i due cataloghi possono essere datati rispettivamente 1890 e 1894.

L'eccezionalità del *Nuovo catalogo per le premiazioni* e del *Catalogo generale trimestrale* rispetto agli altri nove ritrovati consiste nel tipo di strategia comunicativa adottata al loro interno. Se è vero che guardando alla loro organizzazione essi difficilmente risulterebbero equiparabili, a causa della già chiarita differenza tra documenti informativi d'assortimento e non, è altrettanto dimostrato che la solerzia e la modernità con cui vennero concepiti ne esaltano il valore e il prestigio. All'inizio dell'ultimo decennio del secolo, sebbene non risulti ancora evidenziata la paternità editoriale di molte opere, l'esigenza di privilegiare le proprie pubblicazioni a discapito di quelle altrui diviene impellente, per cui non c'è da stupirsi se nel documento del 1890 soltanto le produzioni della Giacomo Agnelli vengono promosse in spazi strategici attraverso disegni, recensioni e commenti. A quattro anni di distanza, questa politica pubblicitaria verrà abbracciata più consapevolmente, tanto da rendere il *Catalogo generale trimestrale* l'unico esemplare veramente innovativo tra quelli recuperati. Sfolgiandone le pagine il cliente avrebbe potuto ammirarne non solo la bellezza tipografica ed estetica, ma anche la generosa offerta libraria della casa editrice la quale, tra titoli datati, ristampe e novità, era ormai leader nel settore educativo

²¹ *Catalogo generale trimestrale della Casa Tipografica Libreria Editrice Arcivescovile ditta Giacomo Agnelli*, cit., copertina.

e scolastico, come confermato da un'inchiesta svolta in quel periodo dal ministero della Pubblica istruzione²².

Sviluppatasi nei primi decenni del XIX secolo grazie ad un solerte lavoro artigianale praticato dagli eredi del fondatore Giacomo e ad un proficuo sodalizio con l'ambiente clericale meneghino, la casa editrice Agnelli trovò la sua vera fortuna, all'indomani dell'unificazione del paese, in un'editoria istruttiva e pedagogica rivolta tanto agli studenti e agli operai quanto ai maestri e agli educatori, salvo poi avviarsi sul viale del tramonto alle soglie del '900.

FRANCESCA CANTIERI
Università degli Studi di Milano
francescacantieri@hotmail.com

²² Cfr. l'elenco dei libri di testo approvati per le scuole elementari nel 1898 citato in G. CHIOSSO, *Il libro per la scuola tra Otto e Novecento*, in *TESEO*, cit., p. XX.