

Giuseppina Zappella

Le marche dei tipografi e degli editori europei (sec. XV-XIX). Parte I. Le tipologie. 2. Parlanti (nome e cognome) (1068-2610)

Milano, Editrice Bibliografica, 2018, 864 p.

Il secondo poderoso volume del più importante e forse unico censimento (di tale portata) delle marche dei tipografi e degli editori europei per i secoli che vanno dal XV al XIX stordisce il lettore per la vastità e precisione documentaria con cui Giuseppina Zappella elenca, documenta, recensisce e descrive le marche parlanti, per un totale di oltre 2.500 schede catalografiche.

Il repertorio, alla sua seconda uscita, lascia sbigottiti e attoniti di fronte alla maestosa acribia che Zappella, da anni a onor del vero, distilla con sapiente maestria sul fronte dello studio del libro antico

a stampa. Indubbiamente ci troviamo di fronte a un monumento bibliografico che lascerà un segno indelebile nell'identificazione delle edizioni antiche, attraverso l'identificazione delle marche, permettendo anche eventuali rapporti commerciali che i diversi editori possono aver contratto nella stampa delle loro opere.

Se analizziamo il piano dell'opera (p. 9-10) non si può che salutare con gioia la condivisione che Zappella offre agli studiosi, bibliotecari, catalogatori dei suoi anni di studio e che rende ragione della complessità del lavoro qui oggi offerto.

Se il piano dell'opera è diviso in due sezioni (*I. Tipologie, II. Storia, evoluzione, peculiarità*), la prima sezione è a sua volta suddivisa in dieci partizioni (abbiamo raggiunto la seconda parte della prima sezione):

1. *Iniziali e monogrammi* (di cui si è dato contezza in occasione della sua uscita nel 2017 sempre su questa rivista),
2. *Parlanti (nome e cognome)* (che stiamo testé analizzando),
3. *Parlanti (insegna della tipografia)*,



La marca del tipografo Barent Visscher che riporta la figura di un pescatore



La marca del tipografo Paul Messerschmidt con la figura parlante dei coltelli

4. Allusive, 5. Il mondo dei tipografi, 6. Cerchio, croce e altri simboli, 7. Stemmi, 8. Allegorie, 9. Simboli, rebus, 10. Altri soggetti.

Soltanto analizzando la classificazione delle marche nelle sue diverse tipologie e forme si comprende come Zappella abbia individuato in questa griglia il sistema migliore di suddivisione delle insegne editoriali e tipografiche, sistema classificatorio che può essere paragonato alla scienza tassonomica per la classificazione degli esseri viventi. Un metodo scientifico, rigoroso e coerente, che soltanto con una ampia e documentata conoscenza delle diverse manifestazioni delle marche è possibile applicare e soltanto immaginare.

Ogni volume comprende: *Capitoli introduttivi alla tematica specifica, Descrizione delle marche, Riproduzioni, Opere citate, Concordanze e riferimenti bibliografici, Indice dei tipografi con indicazione di date e luoghi di attività, Indice dei luoghi di stampa, Indice iconografico, Indice dei motti, Indice degli artisti, Indice topografico degli Stati, Indice cronologico.* Un apparato descrittivo, iconografico, bibliografico e indicale che permette non solo una totale cir-

cumnavigazione del testo ma anche una sua completa e dettagliata compulsazione che lo rende uno strumento di consultazione agile e rapido da utilizzare.

La seconda sezione *Storia, evoluzione, peculiarità* si concentra sugli aspetti relativi allo studio delle marche e molto probabilmente si tratterà, ma bisogna attendere l'uscita dei volumi, di una ricostruzione anche storica dell'evoluzione dell'uso delle "insegne" da parte dei tipografi e degli editori.

Questa seconda sezione affronterà, infatti, i seguenti aspetti: *Funzione, Evoluzione tipoiconologica, Caratteristiche regionali, Il microcosmo dei tipografi, Le varianti, Reimpieghi, copie e imitazioni, Ricorrenze iconografiche, Le grandi dinastie di tipografi, Posizione, Cornici, Motti, Fonti iconografiche, La tecnica, Gli artisti, La marca come ornamento, Le marche nella ricerca sulla tipografia antica, La problematica, La descrizione, Bibliografia ragionata.*

Un progetto editoriale grandioso della cui riuscita dobbiamo ringraziare l'Editrice Bibliografica che con coraggio e lungimiranza ha accolto la sfida.

Dunque nel secondo volume dell'opera, Zappella concentra la propria attenzione sulle marche parlanti relativamente a nomi e cognomi che "hanno lo scopo di proporre al lettore un'immagine concettualmente collegata all'artefice del libro, come trascrizione figurata del suo nome e cognome, oppure della denominazione della tipografia e della sua insegna commerciale" (p. 13).

Nell'*Introduzione* (p. 16-114) la studiosa spiega nel dettaglio l'origine (spesso di tipo araldico) dell'uso delle marche parlanti fornendo il contesto storico entro cui si è sviluppato e si è evoluto tale utilizzo.

Nella sezione *Il Libro tipografico* Zappella si attarda sulla modalità di presentazione delle marche parlanti prendendo in considerazione le diverse parti del libro antico a stampa in cui le stesse possono comparire spiegandone le motivazioni, anche culturali, della scelta da parte del tipografo e dell'editore di preferire il frontespizio piuttosto che l'antiporta o le iniziali.

Nella terza sezione *Identità delle marche* l'autrice ricostruisce la nascita e lo sviluppo delle marche parlanti che già alla fine del Quattrocento si erano affermate con maggiore evidenza rispetto al primo periodo incunabolistico. Il capitolo è un percorso affascinante nel mondo delle marche in cui attraverso esempi concreti è possibile comprendere la complessità anche morfologica, iconografica e verbale in cui possono concretizzarsi.

La seconda parte *Le marche* rappresenta il catalogo vero e proprio delle marche parlanti tra loro individuate con un numero progressivo (1608-2610) continuando la serie numerica iniziata nel primo volume.

La bibliografia di riferimento e gli indici dettagliatissimi concludono questo secondo volume.

Si resta in attesa della pubblicazione dei numeri successivi auspicando che le biblioteche, soprattutto quelle statali, abbiano la possibilità di programmare l'acquisto di tutto il piano dell'opera in quanto strumento utile e necessario per le campagne di catalogazione del loro patrimonio librario.

FRANCESCA NEPORI

Archivio di Stato di Massa
francescanepori@yahoo.it

DOI: 10.3302/0392-8586-201906-067-1