

## ***Il segreto del libro vincente -Inchiesta***



### **Il segreto del libro vincente**

Riflessioni intorno al successo di un libro, nate da un'indagine, promossa da *LiBeR*, svolta insieme ai responsabili di grandi gruppi editoriali.

di Rosella Picech

*(L'articolo, con il suo corredo di dati, è pubblicato su LiBeR 105, gennaio – marzo 2015)*

Perché proprio quei 5? Quelli e non altri? Che cosa interviene nell'iter complesso che porta un libro, di passaggio in passaggio, da un'idea alle mani del lettore?

Lo abbiamo chiesto ad alcuni editori. Partendo dalla classifica dei loro “5 libri più venduti in Italia e 5 libri più venduti all'estero” per poi arrivare alla formulazione di un breve questionario, che intendeva rilevare alcune “filosofie editoriali”, seppure in piccolo spaccato. *(L'elenco degli editori partecipanti e la classifica dei 5 libri più venduti, di seguito)*

Queste le domande:

- 1) Quali sono i fattori d'influenza maggiore nello stabilire il primato di alcuni libri sugli altri.
- 2) La “vendibilità” ha delle connotazioni precise? - Quali le più decisive in Italia e quali all'estero.
- 3) Quanto c'entrano le strategie di marketing nel successo di vendita?
- 4) Le è mai occorso di scommettere su un'opera e di vedere disatteso il suo pronostico? E il contrario?
- 5) A Francoforte 2014 qual è stato il vostro titolo che ha venduto di più? Secondo lei, perché? Le conclusioni che si possono trarre dalle risposte non sono poi così scontate.

C'è da premettere che “la piccola inchiesta”, e c'è da insistere sul “piccolo”, visto il numero 5 dominante (a parte l'eccezione costituita dai 6 editori): 5 libri, 5 domande, quasi una predilezione numerologica, un numero distintivo dei sondaggi della rivista *Liber*, non può certo avere pretese statistiche. Tutt'al più può sorprendere per l'accendersi di piccole spie.

**I nostri interlocutori sono i responsabili editoriali del settore ragazzi di grandi gruppi.** Fra essi, una preponderante presenza femminile, comunque risaputa in generale e, in questo caso, da più tempo attiva dell'unica presenza maschile nell'ambito editoriale che riguarda la produzione di libri per bambini e ragazzi.

“Da più tempo” in questo settore così connotato, significa l'essere stati inevitabilmente partecipi di quella vicenda editoriale e umana che fra gli anni Ottanta e gli anni Novanta cambiò in modo radicale la cultura del libro per l'infanzia. Chi ne fu coinvolto allora condivide ancora oggi, con i compagni di quel viaggio, una mentalità che seppure approdata successivamente a visioni progettuali diverse rimane tuttavia riconoscibile. Anche nella omogeneità delle risposte a questo questionario- fatta salva la particolarità di ogni ragionamento personale- che differisce, su diverse questioni, dal punto di vista dell'unico rappresentante dell'altro sesso interpellato. Anche perché Luca Belloni, che è presidente e direttore editoriale de *Il Castello*, è alle prese con la tradizione del suo gruppo, orientata alla manualistica e alla varia, e però nel corso degli ultimi anni ha anche ampliato il suo raggio di interesse con l'acquisito di marchi importanti del settore bambini e ragazzi.

**Annotiamo l'orientamento di queste diverse sensibilità.**

Pressoché corale è l'indicazione della risposta femminile riguardo ad alcuni requisiti di successo di un libro: la notorietà dell'autore, la partecipazione dell'autore a un evento mediatico, il tema trattato, la visibilità del titolo, il marketing, il passaparola, le recensioni autorevoli, la copertina, il trasferimento del libro su altri media, cinema, televisione, internet... E, ancora, con voci più precise:

“sono molto importanti i personaggi, i lettori più giovani si affeziono ai loro personaggi preferiti e oggi la serialità è spesso un elemento decisivo per la “vendibilità” (Annoni); “... essere i libri giusti al momento giusto, di intercettare delle cose che sono nell'aria, di diventare quindi delle epifanie, di scatenare degli eventi a cascata, degli effetti valanga”. (Mazzitelli); “... il publishing (confezione, titolo, copertina), il prezzo, il periodo del lancio in libreria, il posizionamento in libreria, la comunicazione agli agenti intermediari tra editore e libreria, la presenza sul mercato di altri titoli forti concorrenti e altre variabili spesso imprevedibili (Gamba)”.

Significativa la strada imboccata dal rappresentante de Il Castello che, pur condividendo alcuni dei requisiti citati dalle colleghe, punta poi deciso su un indicatore che racconta da sé la vicenda dell'azienda cui appartiene: “La vendibilità del nostro tipo di libri in Italia come all'estero dipende da fattori diversi, in base al tipo di libro di cui si parla, ma due fattori comuni a tutti i libri (cucina, salute, giardinaggio, ricamo, ecc. ) sono la fotografia e il lay out che devono essere moderni ed accattivanti” (Belloni).

**Emergono, comunque, anche questioni più decisamente critiche.**

Per esempio, Fini (Giunti) e Belloni (Il Castello) concordano nell'attribuire grande importanza al fattore “moda”, la moda del momento per determinare le fortune di un libro.

Il concetto che Belloni identifica come “moda”, quale vero motore delle vendite, è nella sua risposta un dato di fatto (“ci sono argomenti che in un determinato periodo sono di tendenza, vedi ora la cucina salutare, il ricamo e il *cake design* e, oggi molto di più di ieri grazie al boom dei blog, il passaparola”), invece nell'annotazione di Fini approda a una argomentazione critica, che trascende l'ambito editoriale per abbracciare un fenomeno di proporzioni così vaste da definirsi quasi di “critica sociale”: “In questo Paese dove l'omologazione sembra essere l'unico modo per sentirsi vivi e le mode diventano non più soltanto tendenze ma condizioni imprescindibili dell'esistenza, assistiamo, anche nel mercato del libro, all'univocità della proposta e alla ripetitività della risposta. Una volta il romanzo storico, poi il libro erotico, la storia vera strappalacrime, o la biografia agiografica dello sportivo, ogni anno insomma c'è un filone a cui tendere come editori e come lettori. All'estero non è così: resistono i generi, convivono storie e approcci molto diversi, trovano spazio gli esordienti. Certo dipende dal mercato più maturo e dai lettori che sono tanti...”

Ritroviamo la medesima predisposizione in Fini quando si esprime a proposito dell'influenza delle strategie di marketing: c'entrano molto “... poi potremmo stare ore a discutere se tutti i libri che si pubblicano meritino tutto questo sforzo nel lancio marketing e se davvero tutte le dichiarazioni su libri straordinari e favolosi siano sensate, ma questo ci richiede il mercato oggi, farsi vedere, emergere dal mucchio rimanendo nel solco di tendenza. Equilibrismi non facili per gli editori”.

Di contro, abbracciando il punto di vista aziendale, altri argomentano dall'interno: “... Se l'investimento della casa editrice è forte a livello economico, la presenza sui punti vendita, e quindi la visibilità, aumentano ed è più facile fare conoscere il libro al pubblico. Ma non sono rari esempi che smentiscono il caso. Quello che conta è sicuramente dimostrare quanto la casa editrice crede nel valore del libro” (Mazzitelli)”.

Ma è sulla quarta domanda che scatta l'orgoglio della categoria (*Le è mai occorso di scommettere su un'opera e di vedere disatteso il suo pronostico? E il contrario?*)

“Il nostro è un gioco d'azzardo, ogni volta che si pubblica un libro si getta il cuore oltre l'ostacolo. Ogni volta non si può dire come andrà ed è per questo motivo che quello dell'editore è

un mestiere bellissimo. Non ci si annoia mai, ci si mette alla prova ogni volta con entusiasmo e voglia di vincere” (Fini).

“Certamente sì in ambedue i casi, e le lunghe analisi che si fanno in azienda per comprenderne i motivi, portano a qualche presumibile conclusione; ma resta sempre un *quid* ignoto che alla fine rende questo nostro lavoro sempre imprevedibile e quindi affascinante” (Fatucci).

Ma lo si rintraccia anche nelle risposte ad altre domande. Per esempio: “Questo è il bello e l'imprevedibile del nostro mestiere di editori” di Mazzitelli, recuperato nella sua risposta sul marketing.

Ai nostri interlocutori, che di recente hanno compiuto il loro rituale viaggio annuale a Francoforte, abbiamo chiesto con quali titoli hanno avuto fortuna.

In modo lapidario, estrapolando:

Fini: **Topo Tip**, una serie di libri legati al character prescolare che è diventato cartone animato da poche settimane in Italia e in molti altri Paesi”;

Fatucci: “A Francoforte ha ottenuto un successo strepitoso la nostra nuova serie **"Bobbo, e poi nanna"** di Roberto Piumini e illustrazioni di Anna Curti. Si tratta di un progetto per la prima infanzia, dai 4 anni, destinato ad essere letto ad alta voce”.

Mazzitelli :“... abbiamo presentato all'estero delle novità dal catalogo Salani, ma poiché l'italiano non è una lingua assai diffusa e il nostro non è un mercato dominante, i tempi di risposta sono più lunghi. Inoltre, negli ultimi anni, con l'arrivo della crisi, le vendite dei libri italiani all'estero, esclusi i bestseller da classifiche, accusano una certa sofferenza, sia per quello che riguarda i libri per ragazzi che per gli adulti”.

Gamba: “Abbiamo i diritti mondiali del romanzo per ragazzi di Jonathan Coe, **Lo specchio dei desideri**, uscito in Italia nel 2012. Dopo Brasile, Francia, Grecia e Olanda, quest'anno si è allungata la lista dei paesi esteri in cui verrà pubblicato. I mercati di Corea e Cina si mostrano invece molto più interessati alla nostra collana di Saggistica narrata.

Belloni – “... alcune collane Red, in primis la nostra collana **PGM**, scritta da psicologi e validi esperti in modo semplice ma esaustivo in quanto dedicata ai genitori che si trovano alle prese con varie problematiche legate ai figli e, naturalmente **il disegno anatomico** della casa editrice Il Castello, per il quale non abbiamo concorrenza a livello di qualità e numero di titoli”.

Annoni: “Ha riscosso grande interesse presso gli editori stranieri il libro di Guido Conti **"Il volo felice della cicogna Nilou"**: una storia universale, che si rivolge ai lettori di tutte le età e può facilmente essere letta anche al di fuori del nostro paese. Credo che abbiano molto contribuito anche le immagini: Guido Conti infatti ha realizzato per questa storie delle splendide illustrazioni a colori, che danno al libro una nota poetica molto particolare”.

\*\*\*\*\*

I PARTECIPANTI all'inchiesta

Giunti - **Beatrice Fini**, Direttore Editoriale Giunti Editore

EL, Einaudi Ragazzi, Emme Edizioni - **Orietta Fatucci**, Editore e direttore editoriale

Salani - **Mariagrazia Mazzitelli**, Direttore editoriale

Feltrinelli- **Daniela Gamba**, Responsabile editoriale settore ragazzi Feltrinelli

Il Castello Group: **Luca Belloni**, Direttore Generale del Castello Group

Rizzoli: **Cristina Annoni**, Direttore editoriale Fabbri Editori e Rizzoli Ragazzi

**INCHIESTA. I TITOLI DI MAGGIOR SUCCESSO, IN CASA E FUORI - I 5 libri** più venduti in **Italia** e **i 5 libri** più venduti **all'estero** dai gruppi o case editrici italiane: un piccolo specchio dei mercati italiano e internazionale a cura di Rosella Picech.

**GIUNTI**

## ITALIA

- R. J. Palacio, *Wonder*
- S. D' Achille, *Peppa Pig La Macchina Nuova*,
- La Fattoria* (libro Dami per bimbi piccoli)
- F. H. Burnett, *il giardino segreto*
- Miot: Il Mio Primo Dizionario*

“Per il **mercato internazionale**, non è possibile dare una risposta univoca: sono moltissimi titoli in moltissimi paesi. Ci siamo concentrati molto sul personaggio di Topo Tip che in questo ultimo anno è stato il più venduto all'interno del nostro catalogo estero. Ovviamente, anche in questo caso, avendo molti titoli legati al personaggio di Topo Tip ed essendo stati venduti titoli diversi a Paesi diversi, non riusciamo a fare una classifica vera e propria”.

.....

**EL EINAUDI RAGAZZI EMME EDIZIONI**

## ITALIA

- Cipì* di Mario Lodi
- Favole al Telefono* di Gianni Rodari
- Iqbal* di Francesco D'Adamo
- Grammatica della Fantasia* di Gianni Rodari
- Gruffalò* di Julia Donaldson e Axel Scheffler

## ESTERO

- Cipollino* di Gianni Rodari
  - Favole al Telefono* di Gianni Rodari
  - Iqbal* di Francesco D'Adamo
  - Una Fiaba in tasca* con testi soprattutto di Roberto Piumini e Stefano Bordiglioni e illustratori vari ( in casi come questo all'estero comprano la serie o almeno gruppi di 10 / 12 titoli per volta non un titolo singolo) *Belle, astute e coraggiose* di Beatrice Masini e illustrazioni di Desideria Guicciardini ( in casi come questo all'estero comprano la serie o almeno gruppi di 4 / 6 titoli per volta non un titolo singolo )
- .....

**SALANI**

## ITALIA

- Braccialetti rossi*, di Albert Espinosa
- Papa Francesco. Il nuovo papa si racconta* di Jorge Bergoglio, Regio Rubin e Francesca Ambrogetti
- Il richiamo del cuculo*, di Robert Galbraith (pseudonimo di J.K. Rowling)
- Scuola Media. Gli anni peggiori della mia vita*, di James Patterson e Chris Tebbetts
- Le cose che non ho*, di Grégoire Delacourt
- La saga di Harry Potter*

## ITALIA - ragazzi

- Scuola Media 1. Gli anni peggiori della mia vita* di James Patterson
- Semplicemente Tini* di Tini Stoessel
- Scuola Media 2. Fatemi uscire di qui* di James Patterson
- Harry Potter e la pietra filosofale* di J.K. Rowling
- Le fiabe di Beda il bardo* di J.K. Rowling

## ESTERO

- Silvana De Mari, *L'ultimo Elfo*
  
- Luciano Malmusi , *A scuola con Neandertal Boy*
- Silvana Gandolfi, *Aldabra*
- Silvana De Mari, *L'ultimo Orco*

-Silvana Gandolfi, *Io dentro gli spari*

-Piumini, *Un amore di libro*

.....  
**FELTRINELLI**

**ITALIA**

-Daniel Pennac, *Ernest e Celestine*

-Stefano Benni, *La compagnia dei Celestini*

-Massimo Birattari, *Scrivere bene è un gioco da ragazzi*

-Jill Tomlinson, *il gufo che aveva paura del buio*

-Claudia de Lillo, *Dire fare baciare*

**ESTERO**

-Jonathan Coe, *Lo specchio dei desideri*

-Stefano Zuffi, *Il mondo dipinto*

-Stefano Sandrelli, *Quanti amici*

-Anna Cerasoli, *Tutti in cerchio*

-Anna Cerasoli, *io conto*

.....  
**GRUPPO IL CASTELLO**

**ITALIA**

-*Pinocchio* di Roberto Innocenti (La Margherita - longseller)

-*Posso guardare nel tuo pannolino?* di Guido Van Genechten (Clavis - longseller)

-*Indovina chi!* di Guido Van Genechten (Clavis – inserito nel catalogo Nati per Leggere)

-*L'amicizia è* di Van Hout Mies (Lemniscaat)

-*Parole e immagini* (Tourbillon – longseller)

**ESTERO**

-*Il libro dei numeri, Il libro dei colori, Il libro dell'ABC* di Agnese Baruzzi, la Margherita (formato a fisarmonica e stile molto grafico, oggi di gran tendenza)

-*Una formica un po' così* di Tullio Corda (La Margherita)

-*Una giungla in città* di Alessandra Capozza (La Margherita). Quest'anno, a Francoforte ha ricevuto particolare interesse questo libro della giovane illustratrice, sulla tenera amicizia di una bambina e un cane senza padrone.

.....  
**GRUPPO RIZZOLI**

**ITALIA**

- Per questo mi chiamo Giovanni di Luigi Garlando (BUR 2012)

-Il bambino con il pigiama a righe di John Boyne (BUR 2013)

-Mia and me. Il libro da colorare (Fabbri 2013)

-Benvenuti a Centopia. Mia and me (Fabbri 2013)

-Eragon. L'eredità di Christopher Paolini (BUR 2012)

Per il 2014 l'autore bestseller è John Green e i suoi 4 libri sono i quattro più venduti

**RCS****ESTERO**

-Paola Predicatori, *Il mio inverno a Zerolandia* (Rizzoli)

-Papa Francesco, *Non abbiate paura di sognare cose grandi* (Fabbri)

-Chiara Carminati, Lucia Scudieri, *Raccontare il mare* (Rizzoli)

-Pia Valentinis, Mauro Evangelista, *Raccontare gli alberi* (Rizzoli)

-Umberto Eco, Eugenio Carmi, *I tre racconti* (Fabbri)

Altri 2 titoli di grande successo in termini di cessioni estere:

-Roberto Piumini, Beatrice Masini, *Ciao tu*

-Paola Predicatori, Anna Forlati, *I libri di Maliq*