

⇒ **Gli editor** Così si sfrutta il fenomeno

«Il mercato lo fa “lei”, e il marketing fa il resto»

Avanzini (Newton Compton): «La chick-lit tira, e noi la cavalchiamo»

«**C**olpevole» di aver riportato la letteratura femminile di genere ai primi posti delle classifiche con un nome italiano come quello di Federica Bosco - mezzo milione di copie vendute con tutti i suoi titoli e finalista 2010 al Bancarella - è Raffaello Avanzini di Newton Compton, che sulla monopolizzazione potenziale del mercato editoriale da parte delle lettrici dice: «Abbiamo sempre creduto che la lettura sia al femminile, soprattutto per quanto riguarda la narrativa. Tanto che negli ultimi anni abbiamo lanciato l'autrice italiana più vicina alla chick-lit inglese che è appunto la Bosco. E i nostri quattro titoli più venduti per quanto riguarda la narrativa straniera sono tutti “femminili”: i due *Tiffany* di Hill e Swan, la *Bratley* e *Il diario proibito* di Maria Anto-

nietta di Juliet Gray. Questi successi sono frutto di un preciso studio del mercato editoriale straniero e italiano».

Conferma il concetto Oliviero Ponte di Pino, che al comando delle scelte editoriali di Garzanti, e con il braccio destro Elisabetta Migliavada alla narrativa straniera, ha portato in Italia in brevissimo tempo casi editoriali come Vanessa Diffenbaugh, Clara Sánchez, Ruta E. Sepetys e Kim Edwards, con cui ha fatto decollare la letteratura femminile “up market”: «Garzanti ha avuto successo con tanti romanzi femminili che però non sono di genere. Insomma, è vero che le donne leggono di più, ma non si tratta di letteratura rosa, bensì di li-

bri che affrontano temi importanti. Si potrebbe dire che la forbice di lettrici si allarga perché le donne sono più intelligenti e sensibili, in questo momento si pongono più domande dei maschi e raccontarsi storie è sempre un buon modo per risponderci. Ma sarebbero banalità... Quello che è vero è che oltre ad essere lettrici e autrici forti, hanno occupato anche un terzo ruolo nell'editoria: quello di opinion leader. Spesso i maschi oggi, per scegliere un libro, “passano” dai consigli femminili, mentre una volta era il contrario».

Di parere opposto è Maria Paola Romeo, già responsabile di Harlequin Mondadori, oggi socia dell'Agenzia letteraria

Grandi&Associati e ideatrice di Emma Books (omaggio alla Emma di Jane Austen), la nuova sigla solo ebook che pubblica romanzi e racconti inediti di autrici note: «Che il mercato detti legge vale per la narrativa di genere, non per la letteratura alta, dove se il lettore è uomo o donna poco importa. Garzanti e Newton Compton hanno saputo vendere rivolgendosi a un segmento ben preciso: la letteratura di intrattenimento. La motivazione dello *spread* tra lettori e lettrici? Forse non sono aumentate le donne, ma diminuiti i maschi. Che si fanno più volentieri “distrarre” dalle nuove tecnologie».

SVit

