

Dalla Spagna all'Italia ormai è il self publishing
la vera occasione di lancio per gli esordienti

BEST SELLER

FATTO IN CASA

*Così gli editori vanno a caccia
di scrittori digitali fai-da-te*

STEFANIA PARMEGGIANI

In un ambulatorio pubblico dell'Andalusia il pediatra Bruno Nievas si sfilava il camice. Finite le visite, può immergersi in quei mondi paralleli che negli ultimi dodici mesi hanno cambiato la sua vita. Nievas è un medico, ma è anche uno scrittore, uno dei cinque sconosciuti che dopo avere venduto i loro romanzi fai-da-te sugli scaffali virtuali di Amazon sono finiti in blocco nelle scuderie di Ediciones B, società dello spagnolo Grupo Zeta. Il suo libro (un romanzo di fantascienza intitolato *Realidad aumentada*) è stato rivisto da un editor e pubblicato dopo che 42mila persone lo avevano scaricato e commentato. Anche se i numeri non sono quelli della star del self publishing Amanda Hocking, il suo caso, e quello dei suoi quattro colleghi, dimostra come in Europa stia crescendo una nuova generazione di scrittori che debutta in solitudine e si affida alla Rete per emergere dall'anonimato.

Accade in Inghilterra, dove la Penguin ha investito 90 milioni di euro per acquistare una piattaforma canadese di self publishing, ma anche in Italia dove le case editrici cominciano a considerare i libri autopubblicati non solo come il trionfo della vanità, come una minaccia al ruolo degli editori e alla qualità, ma come un bacino in cui fare scouting.

E questo nonostante le cifre siano ancora basse: nel nostro Paese le opere andate in stampa senza editore sono circa 40mila, neanche il 6 per cento dei titoli in commercio e quelle digitali ancora meno, appena 6.500. Gli autori? Un agguerrito esercito di scrittori di thriller, gialli, fantasy, romanzi sentimentali o manuali d'uso pratico, che nella maggioranza dei casi arrivano dalla Lombardia (19 per cento), dal Lazio (17,4) e

dalla Campania (9,6). Scelgono *ilmiolibro.it*, ma anche Lulu, Lapidistampa, Youcanprint e nuove piattaforme come Narcissus, dove Newton Compton ha scoperto *Ti prego lasciati odiare*, romanzo rosa di Anna Premoli, domenica scorsa entrato nella top ten dei libri più venduti, prima della Rowling e subito dopo E. L. James.

Anche editori tradizionali, come il gruppo Gerns, hanno deciso di investire sul self publishing at-



traverso il concorso "Io scrittore" (1.109 partecipanti all'ultima edizione) nel quale autori esordienti si sottopongono alla valutazione tra pari. O Atlantica e Piemme che da maggio chiedono ai lettori di Geronimo Stilton di mettersi alla prova con la fan fiction. Infine la Mondadori, che da tempo sta lavorando a una sua piattaforma. «Il problema principale — spiega Giovanni Peresson, responsabile dell'ufficio statistiche dell'Associazione italiana editori — è che nei libri fai-da-te non c'è alcuna garanzia di qualità: prendiamo i saggi, può essere pubblicata qualsiasi cosa senza che a monte vi sia stato un controllo sulle fonti, sui fatti o sulle note». Una volta il lettore faceva affidamento su un libraio e un paio di giornali, ma oggi come può scoprire un buon libro sepolto sotto migliaia di titoli? Come può evitare di soccombere al rumore bianco, a quel fruscio indistinto di pagine che rischia di soffocare anche ciò che vale la pena conoscere? «Grazie alle recensioni e alle segnalazioni dei lettori», risponde Alessio Santarelli, responsabile del servizio Kindle Direct Publishing, lanciato da Amazon in Italia un anno fa. E le false recensioni? «Più la community è grande e più ha gli anticorpi per isolare gli impostori».

In Italia è ancora presto per gli scrittori famosi che abbandonano i loro editori attirati da royalty del 70 per cento. «I nostri numeri — continua Santarelli — rispecchiano quelli del mercato degli ebook, il fenomeno è agli inizi ma capita che ci sia chi entra nella top ten dei libri più scaricati». Max Dezzi con *Amazzone di San Giorgio*, Alessandro Venturini con *Amabilmente condannato a moglie*, Laura Bondi con *Il diario di una cameriera*, Vera Q con *La scatola di cioccolatini di Silvia* ed Eleanor LeJune, pseudonimo dietro cui si cela la misteriosa autrice di *Racconti erotici per una sera d'inverno*. Un genere non casuale: l'erotismo sembra avere conosciuto, proprio grazie al digitale, una nuova fortunata stagione. Basti pensare al successo della signora E. L. James che con le sue sfumature, prima di trovare un editore, ha venduto dieci milioni di e-book. In pratica da sola ha coperto un terzo delle vendite di libri autopubblicati in America. Lei e pochi altri sono diventati ric-

**IN AMERICA**

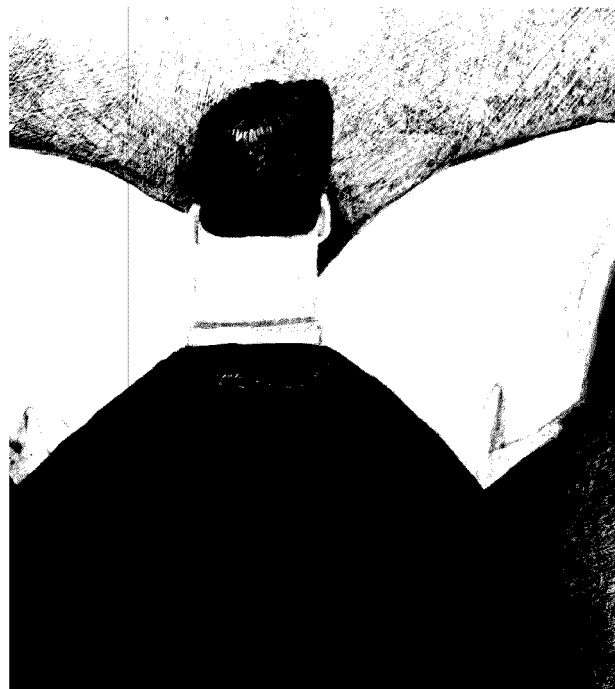
Amanda Hocking è l'icona del self publishing: ha guadagnato due milioni di dollari

**IN SPAGNA**

Ediciones B ha acquistato i diritti di cinque scrittori in testa alle classifiche di Amazon

**IN ITALIA**

Il 6% dei titoli in commercio, circa 40mila, non ha editore. Gli ebook sono meno di 7mila



chissimi senza editore. In America l'84 per cento degli autori si divide il 28 per cento dei download, il che significa che se un esordiente scendesse in strada cercando di vendere il libro fotocopiato ai passanti (più o meno quello che Moccia sostiene di avere fatto ai suoi esordi) guadagnerebbe di più. Lo scrittore Ewan Morrison, che in Inghilterra ha aperto la polemica sul *Guardian*, sostiene che la self-editoria non fa altro che riproporre lo stesso meccanismo di quella tradizionale: pochi che vendono molto, molti che vendono pochissimo.

Possibile che non ci sia una terza possibilità? Marco Ferrario, uno dei fondatori della piattaforma di distribuzione **Bookrepublic**, è convinto di sì: «Bisogna solo imboccare la strada giusta». Con la collana Unofficial di **Bookrepublic** lui sta sperimentando un ibrido tra blog e libro, tra editoria tradizionale e self publishing: «Pubblichiamo autori selezionati in base alla loro reputazione in Rete, ma non ci occupiamo dei testi, questi sono completa responsabilità dell'autore». Che nel futuro, nell'anno zero dell'editoria, dovrà padroneggiare molto più di una penna. Ed è per questo che stanno nascendo corsi gratuiti, organizzati da chi crede nel libro democratico. Il primo febbraio cominceranno le lezioni della Bye bye book Academy per imparare a pubblicare, promuovere, distribuire e vendere in modo autonomo un'opera letteraria. Lo organizza a Empoli il Self Publishing Lab, una comunità di scrittori e lettori che non è contraria all'editoria tradizionale, ma che aderisce al movimento internazionale in difesa del libro democratico: «L'auto pubblicazione è oggi alla portata di tutti. Non è un gioco però». Non basta un clic sullo schermo del proprio computer, in quel caso sarebbe meglio parlare di self-printing. «Bisogna saper fare quello che dovrebbe fare un editore e, anzi, provare a farlo meglio».

mo un'opera letteraria. Lo organizza a Empoli il Self Publishing Lab, una comunità di scrittori e lettori che non è contraria all'editoria tradizionale, ma che aderisce al movimento internazionale in difesa del libro democratico: «L'auto pubblicazione è oggi alla portata di tutti. Non è un gioco però». Non basta un clic sullo schermo del proprio computer, in quel caso sarebbe meglio parlare di self-printing. «Bisogna saper fare quello che dovrebbe fare un editore e, anzi, provare a farlo meglio».

L'intervista

Anna Premoli con "Ti prego lasciati odiare"

"Il mio e-book dal Web
alla classifica di carta"

C'è una regola che nel mondo del self publishing è considerata necessaria. La regola del 20/80: il venti per cento del tempo va impiegato per scrivere, il restante per fare circolare il proprio nome sul Web. Anna Premoli non l'ha rispettata. Consulente finanziaria di 33 anni, è entrata nella classifica dei libri italiani più venduti con *Ti prego lasciati odiare*, un romanzo rosa pieno di ironia ambientato nella Londra degli affari e uscito per Newton Compton dopo che l'aveva pubblicato da sé in digitale.

Si aspettava questo successo?

«Non ci pensavo proprio. Ho cominciato a scrivere nel 2009, durante la gravidanza, perché avevo bisogno di distrarmi: con la crisi economica occuparsi di investimenti era diventato stressante. Cercavo qualcosa che fosse lontanissimo dalla mia quotidianità e ho trovato i romanzi rosa».

Sì, ma un conto è leggere e uno è scrivere...

«Non c'era nessun libro che mi facesse sorridere, così ho provato a fabbricarmelo da sola. Non volevo pubblicare».

Cosa le ha fatto cambiare idea?

«Mio marito. Si è occupato di tutto lui: della correzione, dell'impaginazione, della pubblicazione su Narcissus e del prezzo: 0,99 centesimi».

Anche del marketing?

«No, su quello sono stata irremovibile: niente pubblicità, buttiamolo in Rete e vediamo che succede. Per motivi che ancora non so spiegarmi dopo poche settimane *Come inciampare sul principe azzurro* era entrato in classifica su Amazon e poco dopo anche su iTunes. Visto che era andata così bene mio marito, sempre lui, ad agosto ha deciso di pubblicare anche *Ti prego, non odiarmi*. Dopo pochi giorni mi ha chiamato la Newton Compton».

Che differenza c'è tra pubblicare da soli e avere un editore?

«Ho scoperto cose come l'editing. Mi hanno cambiato l'impaginazione e anche alcune espressioni: avevo usato troppi *milanesismi*».

E adesso cosa farà?

«Continuerò a occuparmi di investimenti finanziari. Però nel computer ho altro materiale...»

Ste. P.