

Il fenomeno Cresce il self-publishing che in America ha prodotto una narrativa di settore E l'Italia intima sceglie il genere «fai da te»

Readers community manager, digital content curator, self publishing consultant... Sono alcune delle nuove figure editoriali con cui chi vuole pubblicare un libro partendo dalla rete, o chi come editore, cerca la sua Amanda Hocking o E. L. James (self authors da milioni di copie), in futuro dovrà fare conti.

Bookcity 2013 misura lo stato di salute del self-publishing. Come nell'incontro «Nuove professioni alla prova del web» a cura di Associazione Italiana Editori (Aie), domenica 24 (ore 10) a Palazzo Reale. «L'autopubblicazione — osserva Giovanni Peresson, responsabile dell'Ufficio studi di Aie, tra i partecipanti — non ha dietro una casa editrice, ma un imprenditore che decide di investire nella creatività individuale. L'autore acquista un servizio, manca, invece, il filtro editoriale». La storia del self-publishing in Italia è recente: i libri digitali autopubblicati sono circa 3.500, dove gli ebook sono il 5% del totale e, a loro volta, l'8,3% del mercato (dati Aie). «Da noi — aggiunge — molta della produzione self publishing è fatta da narrativa intimista, da chi ha il romanzo o la raccolta di poesie nel cassetto, mentre è assente una narrativa di genere come in America». Mancano anche competenze tecnologiche per sviluppare un processo di crescita qualitativo. Al riguardo il 21 novembre all'università Bicocca si tiene un workshop che mette a fuoco le differenze tra carta e digitale in una prospettiva concreta: la copertina. Come pensare un oggetto solo da vedere e uno, digitale, anche da cliccare.

Per gli editori, il self-publishing è già diventato terreno di scouting di nuovi talenti grazie a storie di successo. Come quella di Hugh Howey, commesso di libreria passato dall'anonimato alla celebrità grazie all'autopubblicazione di romanzi di fantascienza (è ospite a Bookcity il 24). O esempi nostrani: come Anna Premoli partita dall'ebook autoprodotta e arrivata via editore tradizionale (Newton Compton) al Premio Bancarella. E come Elisa S. Amore, giovane siciliana autrice di un fantasy ora edito da Nord. Racconta Elisa: «Dopo l'autopubblicazione ho fatto tutto da sola per farmi conoscere in rete: sito, social network, blog. Ho scalato le classifiche degli store online e un editore spagnolo ha acquistato i diritti di traduzione».

I libri digitali autopubblicati in Italia sono cresciuti dal 2012 al 2013 del 94%, è salito anche il self-publishing cartaceo su piattaforme online. I let-

tori di ebook sono passati in un anno da 100 mila a 1,6 milioni. Dopo una **La sfida della qualità**

Ora l'obiettivo è di andare oltre la semplice conquista delle librerie e creare dei cataloghi ben «ragionati»

prima breve stagione di «autopubblicazione selvaggia» ora si sente il bisogno di una qualità più alta. È d'accordo anche Marco Ferrario, Ceo e cofondatore di **40K** piattaforma che produce, pubblica e vende ebook. «Con una provocazione, si potrebbe dire che l'unico a cui il self publishing non conviene è il lettore» spiega Ferrario, riferendosi alla qualità. Ferrario, attraverso l'editrice digitale 40K ha lanciato 40K Unofficial: «un self publishing assistito, una formula mista in cui è la casa editrice a selezionare gli autori, in base a diversi fattori tra cui la loro reputation», ma che lascia grande autonomia e libertà di movimento per promuoversi.

L'ambito è la manualistica; l'obiettivo è realizzare un catalogo di saggi digitali. L'iniziativa, che vede come partner di 40K blogger e web-influencer di Paper Project, viene illustrata il 22 novembre. Di lettori e scrittori, infine, si parla nel «Digital seminar. Il lettore-scrittore: la nuova frontiera del digitale», il 23 a Palazzo Reale.

Severino Colombo



Esordi Anna Premoli, self publisher

