

# Neo. Edizioni



## Intervista a Francesco Coscioni

a cura di Michela Del Zoppo, Arianna Ferrucci, Silvia Pinna

---

*Com'è fare editoria in un posto come Castel di Sangro?*  
L'abbiamo fatto per un motivo politico. Ci siamo chiesti: «Perché non si può costruire qualcosa in un posto che si sta svuotando?». Tutti scappano verso le metropoli; più o meno l'editoria si concentra nelle grandi città, Roma, Milano, Torino (Napoli sempre meno). La nostra scommessa è stata: perché non fondare una **casa editrice** in un centro piccolo, cercare di riportare delle energie in una cittadina di piccole dimensioni? È stato così che abbiamo cominciato. Chiaramente sin dall'inizio abbiamo avuto l'idea di lavorare su tutta Italia, non abbiamo mai pensato di rimanere in ambito regionale. La sede è a Castel di Sangro ma il respiro è stato da subito nazionale. Fare editoria da un paese così circoscritto geograficamente è interessante perché siamo meno influenzati dalle mode e dalle tendenze del mercato, la scelta della linea editoriale resta sempre molto lucida e coerente con il catalogo. Certo, è anche vero che le mode alle volte potrebbero farci cambiare idea, ma in realtà rimaniamo molto liberi.

Di contro però non abbiamo la possibilità di lavorare vis a vis con colleghi, editor, giornalisti – soprattutto giornalisti –, per cui dobbiamo essere costanti nel mantenere i contatti. Diciamo che da un lato la vita lavorativa è comoda perché riusciamo a concentrarci molto, dall'altro invece interagire a distanza rende indispensabile trasferire il lavoro sulla rete.

*Come fate scouting?*

All'inizio era tutto legato all'invio di manoscritti, per cui ne leggevamo tantissimi. Ovviamente andavamo

anche a contattare gli autori che ci incuriosivano, magari perché avevamo letto qualcosa su antologie e riviste. Ora come ora i manoscritti arrivano in minima parte tramite agenzie. Molto scouting lo facciamo ancora con le riviste letterarie, o con i concorsi, come 8x8. Quando poi Neo ha iniziato a crescere, si è fatta un nome e ha conquistato una buona riconoscibilità, e sono stati gli stessi scrittori che hanno iniziato a suggerirci altri scrittori – perché ormai conoscono il tipo di editoria che facciamo e sanno cosa fa al caso nostro.

*Avete un ufficio stampa interno?*

Avevamo un'addetta all'ufficio stampa che ha iniziato proprio con noi – ora purtroppo ha lasciato la professione. Per un po' ce ne siamo occupati io e Angelo Biasella, ora ci affianca, in maniera più o meno continuativa, Patrizia Angelozzi, un ottimo ufficio stampa nonché scrittrice ed esperta di diritti umani. Per farci conoscere, invece, in occasione di fiere come Più libri più liberi, quando incontriamo direttamente i lettori, cerchiamo sempre di inventarci gesti piccoli ma divertenti: regaliamo per esempio una bottiglietta di amaro fatto in casa, e siamo ormai famosi per i nostri nei adesivi sui bigliettini da visita. Fin dal primo Salone del libro di Torino ci siamo fatti riconoscere per questo minisegno distintivo: le persone giravano per gli stand con i nostri nei incollati al viso finché il Tg1 è venuto a intervistarci.

*Quindi in casa editrice siete voi due? Come vi dividete il lavoro?*

Sì, siamo noi due. Poi ci sono gli esterni: l'ufficio stampa, il grafico e l'impaginatore. Angelo è il direttore editoriale e fa editing, la parte redazionale ce la dividiamo equamente. Io mi occupo di quarte, schede editoriali per ufficio stampa e promozione, e della parte amministrativa e commerciale: diritti, contratti, presentazioni, perché mi piace stare a contatto con le persone. Ma sì, alla fine tutti e due facciamo un po' tutto.

## NEO. EDIZIONI

*Il vostro catalogo risponde a una scelta editoriale ben precisa. Come sono nate le collane? Quanti libri pubblicate all'anno?*

Diciamo che siamo andati crescendo piano piano. Al momento ci attestiamo sulle otto pubblicazioni l'anno, ma è un numero un po' ballerino perché dipende molto da quello che troviamo e quando vogliamo farlo uscire. Per quanto il mercato ci spinga a fare maggiori uscite – per un ben noto sistema di promozione-distribuzione –, noi cerchiamo comunque di fare scelte oculate. L'intenzione è di ampliare il nostro catalogo per avere più titoli ma senza perdere di vista la nostra linea editoriale.

Per quanto riguarda le collane, quella con cui abbiamo iniziato è stata Iena: una collana di ricerca, incentrata sugli esordienti, su sguardi molto personali è stato il nostro punto di riferimento: voci del panorama italiano con una voce già ben definito.

Poi c'è la collana Dry, sempre di autori italiani, dove invece è più importante la storia. Non ci interessa tanto la particolarità dello sguardo, la spigolosità, ma la curiosità della trama. Qui pubblichiamo anche scritti divertenti, molto ironici, che si avvicinano alla commedia. Abbiamo una collana di narrativa straniera, Potlatch; anche se non è sempre facile trovare

autori, siamo riusciti ad avere delle piccole perle. Per esempio abbiamo pubblicato *Il sale* di Jean-Baptiste Del Amo, un autore sconosciuto che abbiamo portato in Italia nel 2013 e che ha vinto il Modus Legendi quest'anno. All'epoca andò bene ma adesso, come c'era da aspettarsi, ha avuto una rivalutazione. Poi abbiamo la collana di poesia, Intimate, che è pop e molto immediata.

Infine abbiamo i Nei, il nostro fuoricatalogo, dove trovano posto saggi, letteratura di viaggio, libri con un approccio un po' «sghembo» rispetto alle tematiche classiche.

*Un'altra domanda. Com'è stato portare allo Strega gli autori Zardi, Tetti e Ferreri?*

Diciamo che è stato piuttosto naturale. È una cosa che non avevamo mai pensato prima, in realtà non ne conoscevamo bene neanche i meccanismi. Quando ci siamo trovati nel 2015 con il romanzo *XXI Secolo* di Paolo Zardi – tra l'altro il primo dopo i racconti –, ci siamo detti «questo è un romanzo che potrebbe andare allo Strega e allora proviamoci!» e ci siamo attivati capendo qual era il funzionamento. Non è stato particolarmente difficile, dico la verità. Avevamo individuato un paio di persone che lo avevano apprezzato e lo avrebbero candidato. Ci siamo anche confrontati con la fondazione Bellonci, dalla grandissima caratura e apertura intellettuale, e anche a loro il romanzo è piaciuto; e così siamo arrivati in dozzina. Con gli altri romanzi è stata più o meno la stessa cosa.

*In effetti portare dei nomi allo Strega costa tempo e risorse. Quand'è che si decide e ci si imbarca in questa avventura?*

Sì, è un'operazione molto dispendiosa. La prima volta, dico la verità, non ci eravamo resi conto. Bisogna stimare bene i ritorni: arrivare allo Strega non garantisce automaticamente un aumento delle vendite. È necessario valutare bene anche quali libri portare avanti: *XXI secolo* di Zardi per esempio è stato un po' una sorpresa perché è un libro molto particolare: una distopia, però di genere; un libro sull'amore, ma declinato in una maniera nuova. Eravamo un po'

«Fare editoria da un paese così circoscritto geograficamente è interessante perché siamo meno influenzati dalle mode e dalle tendenze del mercato, la scelta della linea editoriale resta sempre molto lucida e coerente con il catalogo.»

spaventati ma poi ha funzionato. Con *Grande nudo* di Gianni Tetti invece abbiamo azzardato; ci siamo resi conto che era un romanzo complicato per la dozzina e che sarebbe stato altrettanto complicato venderlo, però la candidatura ci è servita perché abbiamo attivato un tour promozionale in Sardegna, nei paesi piccoli, in cui il timbro dello Strega portava alle presentazioni anche persone poco avvezze alla lettura o che non si interessavano ad autori poco conosciuti. Per concludere sì, è dispendioso. A volte si rientra con i costi, a volte si va in pareggio, però lo Strega è una giostra bellissima, un'esperienza unica.

*C'è stato un libro che ha avuto un successo inaspettato? Sicuramente il nostro primo titolo, *E morirono tutti felici e contenti*. Un'antologia di racconti ispirati alle fiabe che però ne stravolgono il senso in chiave molto sarcastica e contemporanea. Già in fase di scrittura c'è stata una grande partecipazione da parte degli autori, tanto che abbiamo inserito anche fiabe meno conosciute per poter dare spazio a tutti. È stata una sorpresa perché quando abbiamo iniziato non avevamo una distribuzione, quindi abbiamo organizzato moltissimi eventi: si è creata una situazione per cui anche gli autori intervenivano liberamente alle presentazioni. Insomma, ci siamo ritrovati a fare un tour in giro per l'Italia con moltissimi scrittori e vendevamo tantissime copie. E quindi anche con le librerie nel giro di pochissimo tempo abbiamo esaurito le mille copie. Un altro esempio di libro che ha iniziato in sordina ma sta avendo successo è *Vinpeel degli orizzonti* di Peppe Millanta: anche qui tra i premi e le scuole che lo adottano si è innescato un passaparola tale per cui il libro sta vendendo*

molto e non ce l'aspettavamo, soprattutto in così poco tempo – in fondo è uscito da meno di un anno.

*A livello di distribuzione siete indipendenti o legati a un distributore nazionale?*

Abbiamo fatto la gavetta classica: abbiamo cominciato da soli, grazie a contatti diretti con librerie, distributori regionali – che però non coprivano tutta Italia –, distributore nazionale piccolo, distributore nazionale un po' più grande, per poi arrivare a Messaggerie.

*Una domanda più personale: perché diventare editori? Com'è nata l'idea della casa editrice?*

Semplice passione. E anche una scommessa. Eravamo in una fase – lo siamo tutt'ora in realtà – in cui il lavoro non è sempre stabile. Io lavoravo in un'azienda con contratto interinale, Angelo era giornalista. Ci siamo informati sui fondi Sviluppo Italia e abbiamo detto «perché non provarci?». Nessuno aveva mai fatto un business plan legato alla fondazione di una casa editrice però avevamo voglia di fare qualcosa di nostro, visto che era una passione da sempre. Durante gli studi avevamo comunque lavorato tutti e due in case editrici piccole, legate al territorio – non pubblicavano narrativa, le logiche erano un po' diverse ma il lavoro redazionale era quello.

Passione e grande sacrificio. I primi anni avevamo entrambi anche un altro impiego ma continuavamo a perseverare con la casa editrice, per farla in un determinato modo. Facevamo (e facciamo) ogni tanto servizi editoriali ma è un'altra cosa. Avremmo potuto fondare una casa editrice a pagamento, ci sono arrivate delle richieste, ma non abbiamo ceduto, volevamo e vogliamo avere libertà di scelta.