### **Storie**

#### TECNICHE DI SEDUZIONE

# Come ti promuovo il libro (non dicendoti cos'è)

Addio cari booktrailer: tra Twitter, YouTube e Facebook è il webmarketing la nuova frontiera. Ultimo esempio un romanzo: nato, anch'esso, in un appuntamento al buio

Inchiesta di Raffaella De Santis, illustrazione di Agostino Iacurci



#### Dieci modi di vendere

#### Il primo Booktrailer

Il primo è *Amnesia* di Douglas Cooper, realizzato nel 1994. Il debutto italiano è dieci anni dopo, nel 2004, grazie a Marsilio realizzato per *Baciami*, *Giuda* di Will Christopher Baer

#### Profili Facebook

I libri arrivano sui social network, utili a editori e scrittori per promuoverli e sperimentarne il gradimento. Michela Murgia ha creato su Facebook il profilo del protagonista del romanzo Chirù

#### L'effetto teaser

Si chiama teaser: un video o un testo per creare mistero che precede il lancio del libro. Come ha fatto Sperling & Kupfer per Starters di Lissa Price, distribuendo un racconto inedito

#### Le web serie

Tra i nuovi format di promozione anche le micro serie tv: *Under*, romanzo distopico della blogger bolognese Giulia Gubellini (Rizzoli), è stato lanciato da una web serie in dieci puntate

#### Tutti su Pinterest

Pur non essendo nato per promuovere libri online, Pinterest è uno strumento utile. Einaudi e Mondadori lo usano molto, con pin di copertine, immagini e citazioni dai libri

l webmarketing è l'ultima frontiera dell'editoria. Nell'era dei social, scrittori ed editori cercano online strade innovative per promuovere i libri, guardando alla generazione Z. quella dei post-millennial, nata immersa nel mondo digitale. In questi giorni un hashtag si aggira nel web: #avantiassieme. Accompagna alcuni video che per una settimana hanno rimbalzato tra Facebook, Instagram, Twitter e YouTube. Nel primo tre uomini sono seduti a un tavolo, ciascuno ha una maschera davanti al volto. Quello centrale, l'avatar di Marx, affiancato da Aristotele e Voltaire, prende la parola: "Cittadini abbiamo vinto un premio milionario alla lotteria... Abbiamo deciso di usare la vincita per iniziare a cambiare questo paese". Negli altri filmati parlano Galileo e Gramsci. Ci sarebbe da temere l'ennesima corrente di sinistra in vista delle elezioni. Fugato ogni dubbio, scopriamo che la guerrilla prelude al lancio di I comunisti che vinsero alla lotteria (Rizzoli) di Vladimiro Polchi, autore televisivo Rai e collaboratore di *Repubblica*, rimandando alla trama senza svelarla: l'avventura di una combriccola di vecchi comunisti meridionali che si ritrovano milionari dopo una vincita alla lotteria. "Avantiassieme" è la lista con cui i pugnaci amici cercano di espugnare l'immaginario borgo di Caprifoglio. «L'idea mi è venuta leggendo su La Vanguardia la storia di un gruppo di vecchietti comunisti di Pinos Puente, vicino Granada, vincitori di 56 milioni di euro. Mi sono chiesto: come li spenderanno? Vincerà il sogno comune o l'egoismo?», dice Polchi.

Ma perché questa misteriosa campagna social? Per Michele Rossi, responsabile della narrativa italiana Rizzoli, la strategia deve incuriosire: «Abbiamo cercato modalità irrituali, evocando attraverso la Rete l'immaginario che sta dietro al libro». Da un po' di tempo gli editori guardano all'attività di *influencer*, blogger o voutuber per



#### Illibro

Esce martedì 20 febbraio il romanzo di Vladimiro Polchi I comunisti che vinsero alla lotteria

(Rizzoli, 280 pagine, 18 euro).
Racconta la storia di un gruppo
di vecchi comunisti, residenti
in un paesino del sud Italia,
che vincono un biglietto milionario
alla lotteria. L'autore è giornalista,
autore teatrale e televisivo

**ROBINSON** Domenica 18 Febbraio 2018 la Repubblica

> rinnovare la comunicazione. Tra i punti di riferimento su Twitter c'è @CasaLettori, seguito da 62mila follower. Su Instagram, con oltre 26mila follower, c'è Petunia Ollister, da poco in libreria con le sue Colazioni d'autore (edizioni Slow Food). Da tre anni Petunia posta coloratissime fotografie di libri tra brownie e tazze di tè (il suo #bookbreakfast lo trovate anche su Robinson): «Credo che a piacere sia il fatto che il libro sia calato in un contesto diverso da quello della recensione classica. L'immagine pop, accompagnata da una citazione, riesce a incuriosire anche i non lettori». Su YouTube meritano uno sguardo le stroncature domestiche dalla cameretta dello BookTuber Matteo Fumagalli. A volte sono gli scrittori stessi i più creativi. Due casi tra tanti: Vanni Santoni per l'uscita del libro *Muro di casse* aveva creato una pagina web diventata un punto di riferimento per gli appassionati di rave, mentre Alessandro Mari e Francesca Zoni avevano tappezzato i muri di alcune città con gli adesivi del fumetto in uscita Randagi, testimoniando poi l'operazione di guerrilla su Facebook, E pensiamo a Severino Cesari il cui memoir *Con molta cura* ha preso forma su Facebook, dove il fondatore di Stile Libero aveva cominciato a condividere i post sulla sua malattia. Uno degli esperimenti più originali è opera di Valentina Rivetti e Sebastiano Iannizzotto, titolari dell'agenzia di comunicazione dieci04 e animatori del magazine online della Scuola Holden *The Catcher*, che trasforma i romanzi in infografiche letterarie: vere e proprie mappe, con le strade, i personaggi, gli oggetti presi dai libri. L'ultima è dedicata a *La ferrovia sotterranea* di Colson Whitehead (Sur). «Puntiamo sull'aspetto visuale, sacrificato in genere dal testo scritto. Il nostro è un database emotivo», dice Valentina. Per i nativi digitali, il testo non basta, sono importanti le immagini, i suoni. La scelta della webstar Gordon di andare in Sardegna sulle tracce dei luoghi del romanzo di Emma Piazza L'isola che brucia fa parte del nuovo

La storia

#### Ma io dalla Rete torno alla carta

di Sofia Viscardi

L'esigenza di esprimermi e di condividermi con gli altri comunicando quello che sento con entusiasmo è sempre stato il tratto più caratterizzante della mia personalità. Crescere a contatto con una realtà che offre

infiniti mezzi e modalità per condividersi ha sempre soddisfatto le mie necessità. Essendo anche oltremodo curiosa ho voluto nel corso del tempo mettermi in gioco sperimentando varie piattaforme, ognuna delle quali mi ha offerto possibilità diverse. Ho cominciato utilizzando internet perché era immediato, accessibile a tutti e mi permetteva

totale libertà e gestione sul contenuto che volevo condividere. Veloce, pratico e alla portata di tutti, mi ha permesso di arrivare a parlare tutti i giorni con tantissime persone. Youtube Instagram, Twitter, Facebook e molti altri; ho utilizzato tutti questi canali sempre in modi differenti. La linea guida rimaneva la medesima, ovvero il contatto con un'adolescente come tante che ha deciso di farsi in qualche

modo portavoce

della sua generazioni trattando in modo aperto e sincero tematiche di interesse comune, ma le modalità e il linguaggio cambiavano a seconda del mezzo. Dopo la condivisione attraverso

le nuove piattaforme digitali,

in modo altrettanto naturale.

il modo più efficace e intimo

per parlare di emozioni,

appuntato i miei pensieri

con frequenza, amando

che racchiudesse tutte

le emozioni che spesso

conservavo su carta

per raccontare a tutti

dei miei diari.

la sensazione di completezza

che riusciva a darmi la rilettura

Ho sempre sognato di riuscire a inventare una storia

l'adolescenza milanese di oggi

E così ho fatto, tramite Meg,

e insicura sul suo mondo.

volte e dell'insicurezza

la protagonista del mio primo

romanzo, e la sua visione timida

ho raccontato gli anni delle prime

Un po' analogamente, durante

l'anno della maturità, ho sentito

l'esigenza di raccontare invece

prima del mondo adulto tanto

temuto e spaventoso una volta

gli anni delle "ultime volte"

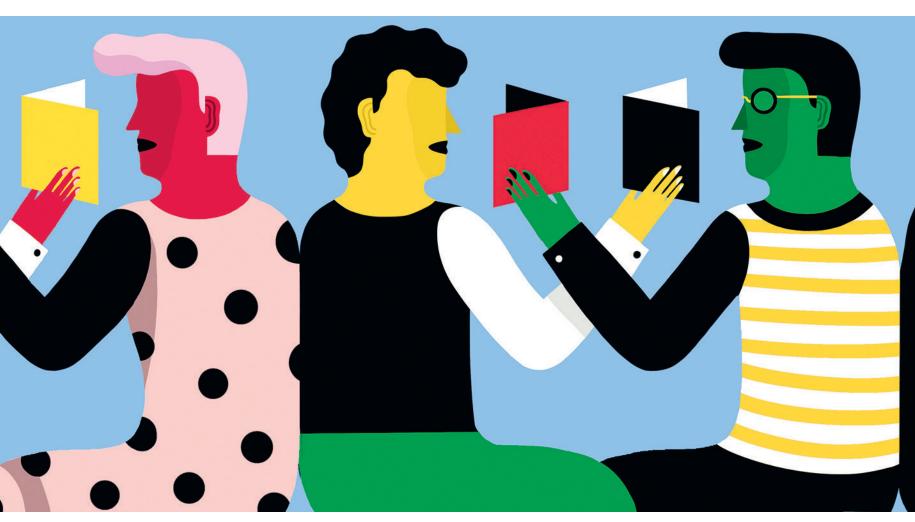
e per sentirmi felice.

Ho sempre trovato la scrittura

per dare sfogo alla mia creatività

Lo trovo un mezzo puro, sincero e molto diretto. Ho sempre

il "ritorno alla carta" è avvenuto



#### **I videogiochi**

I romanzi si fanno interattivi e diventano videogiochi. Tra i più belli, il game tratto dal bestseller I pilastri della terra di Ken Follett, realizzato dalla azienda tedesca Daedalic Entertainment

#### Dai blog ai seminari

In occasione dell'uscita di Teoria della classe disagiata, Raffaele Alberto Ventura (in arte Eschaton) ha creato una community per promuoverlo mettendone in circolo le idee

#### **Marketing a puntate**

trend. L'editore NN ha un suo canale *Spotify* dove raccoglie le playlist create ad hoc

per i suoi libri. Un consiglio arriva da Annamaria Testa, tra le più importanti esperte

di creatività e comunicazione: «L'importante è non cercare di acchiappare l'attenzio-

ne a ogni costo, essere fuorvianti rispetto al contenuto del libro. Le scorciatoie non

premiano». In mezzo a tante proposte, il vecchio booktrailer appare dunque supera-

to. Costa troppo e rende poco: «Sembrava un prodotto innovativo, un mezzo per me-

scolare strumenti cinematografici e multimediali, ma non è decollato», dice Leonar-

do Luccone, che con l'agenzia Oblique ha prodotto insieme a Chemistry il sofistica-

to booktrailer del romanzo *La cura dell'acqua* di Percival Everett (Nutrimenti). Il pri-

mo booktrailer della storia editoriale, il video americano del thriller *Amnesia* di Dou-

glas Cooper, risale al 1994. In Italia il battesimo è stato dieci anni dopo grazie al video

del romanzo di Will Christopher Baer Baciami, Giuda realizzato da Marsilio. Nelle

classifiche dei booktrailer più visti su YouTube ci sono *Il rumore dei baci a vuoto* di

Luciano Ligabue (Einaudi, più di 94mila visualizzazioni) e L'arte di essere fragili

(Mondadori) di Alessandro D'Avenia (oltre un milione di visualizzazioni). «Certo un

editore non investe nel lancio di un libro a cui non crede», racconta Michele Rossi.

«Ho scelto di acquistare il libro di Polchi, prima di sapere chi fosse l'autore, per la

qualità letteraria, perché fa sorridere e riflettere insieme. Avevo letto 20 pagine arri-

vate a firma di uno sconosciuto, Valentino Delle Donne. Solo dopo, quando l'agente

Vicki Satlow ha organizzato un blind date, ho scoperto l'identità». Non stupirebbe se

la storia di questa combriccola di vecchi comunisti arricchiti loro malgrado finisse

sul grande schermo. Ha tutte le carte per essere un *Good bye Lenin* all'italiana. ⊠

Prima di arrivare sugli scaffali, il romanzo XY di Sandro Veronesi già viveva sul web: un sito, indizi, video, anticipazioni, contenuti esclusivi e trailer per scoprire qualcosa della trama del libro

#### A caccia con l'app

@ RIPRODUZIONE RISERVATA

È stata creata un'app per decifrare gli enigmi contenuti nel romanzo apocalittico Endgame. The calling di James Frey: una caccia al tesoro tra Internet e mondo reale

Nel 1984 Jay Conrad Levinson scrive Guerrilla marketing, libro in cui spiega la "piccola guerra" dal basso di un marketing non convenzionale. Oggi imitato da grandi aziende e anche editori

La Guerrilla

## ABBASTANZA

#### Illibro

Abbastanza di Sofia Viscardi (228 pagine 16,90 euro) sarà in libreria per Mondadori dal 20 febbraio.

La giovane scrittrice e blogger (ha un milione mezzo di follower su Instagram, 745 mila di iscritti al canale Youtube) ha pubblicato il suo primo libro, Succede. nel 2016 sempre per Mondadori, vendendo centomila copie

oltrepassato il liceo. @ RIPRODUZIONE RISERVATA