

((())) Gli editori consigliano di leggere ascoltando: Los Fabulosos Cadillacs, "Matador".
Bares y Fondas. Interdisc Universal Music, 1986.

BRUETTI CARATTERI

**QUALCHE
DOMANDA IMBARAZZANTE
A UNA CASA EDITRICE**

SEM, avete 3 righe per dirci chi siete.

Siamo nati nel Gennaio del 2017, ma insieme totalizziamo più di cento anni di esperienza nell'editoria. Non sarà tutto, ma è qualcosa.

Veniamo tutti da grandi gruppi editoriali e abbiamo lavorato in vari paesi. L'idea di fondo è questa: abbiamo pubblicato per anni e anni 800, 1.000 libri all'anno e non vogliamo farlo mai più. Adesso ne pubblichiamo poco più di trenta in un anno e ci piace, ci piace moltissimo.

Cosa avete pensato di "rompere" quando avete fondato la vostra casa editrice?

Niente collane, niente schemi precostituiti. Solo qualità, professionalità e attenzione sartoriale al testo e all'autore. Non ci interessano molto le distinzioni tra i generi, neanche le distinzioni tra narrativa e saggistica. Chisseneffrega in fondo. Quello che contano sono le storie, e il nostro lavoro consiste nel tirar fuori tutto il loro potenziale. È un processo che a volte dura anni e non sempre ripaga lo sforzo.

Cosa vi distingue dalle altre case editrici?

Siamo prima di tutto una casa, fatta di persone e non di procedure e di conti economici. In questo mestiere bisogna tenere la mente aperta, elastica, bisogna imparare a valutare il talento e a metterlo nelle condizioni più favorevoli per fare sì che si sviluppi. Cerchiamo più che una linea editoriale definita di caratterizzarci per il nostro modo di operare, da sparring partners della letteratura. Per questo abbiamo scelto un logo e una denominazione così generica. Noi vogliamo sparire dietro al libro e al suo autore, dobbiamo esistere solo come bollino di qualità, come garanzia.

Chi sono i vostri lettori ideali? Quelli che avete in mente quando scegliete il piano editoriale dell'anno?

Quando si ha un piano editoriale fieramente generalista come il nostro è difficile descrivere il nostro lettore tipo. Comunque direi un lettore con forte personalità. Uno che delle mode un po' se ne frega.

I vostri 3 best seller?

Khaled Hosseini, *Preghiera del Mare*

David Leavitt, *Il Decoro* [pubblicato in anteprima mondiale]

Valerio Massimo Manfredi, *Sentimento Italiano*

Ma anche Amy Hempel e il libro sull'America della inviata di SKY Giovanna Pancheri [Rinascita Americana N.d.R.]

La cazzata più grossa che avete fatto?

Un libro per ragazzi dopo aver detto che non avremmo fatto libri per ragazzi, mai tradire i propri propositi. Una doccia fredda molto spiacevole.

La più grande botta di culo che vi è capitata?

Il libro di Richard Osman [Il club dei delitti del giovedì N.d.R.], comprato da perfetto sconosciuto grazie al naso della nostra editor di straniera, Mariagiulia Castagnone e convertitosi nel caso editoriale dell'anno in UK.

Il libro che avreste voluto pubblicare voi?

Kent Haruf, *Le nostre Anime di Notte*, grande operazione.

Cosa offrite agli autori?

Professionalità, calore, flessibilità, estro. Un mago delle copertine come Giacomo Callo. Le famose costine di Teresa.

Si dice che il prezzo di copertina sia suddiviso in questo modo: 4% di Iva, 30% libraio, 20% distributore, 10% autore e 36% editore. Vi ci ritrovate in questi numeri?

Sui numero direi che facendo una media tra librai, catene, e-commerce e supermercati la % media ai librai non è inferiore al 40% [può variare molto in funzione del peso dei canali]. In questo modo la % editore arriva al max al 25%. Questo per ogni libro venduto, senza considerare le rese che sono tutte a carico dell'editore. Risultato: pochissimi margini di errore, difficile partire da zero perchè senza in catalogo che garantisca uno zoccolo di reddito più o meno costante si dipende solo dalle novità e il rischio aumenta.

Ma ci mangiate con il lavoro di editori?

Ci piace il rischio. Ma ora siamo molto soddisfatti.

Che pezzo musicale indichereste come colonna sonora di questa intervista?

Matador de los Fabulosos Cadillacs. Sono argentini, pazzi.

