

### 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. Chissenefrega 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.

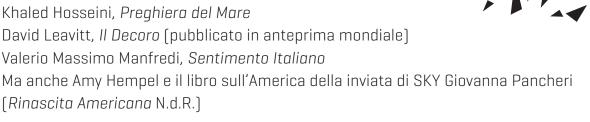
Per questo abbiamo scelto un logo e una denominazione così generica. Noi vogliamo sparire dietro al libro e al suo autore, dobbiamo esistere solo come bollino di qualità, come garanzia.

# Chi sono i vostri lettori ideali? Ouelli 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



#### 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 LIK.

### 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 auesti numeri?

Sui numero direi che facendo una media tra librai, catene, e-commerce e supermercati la % media ai librai non è inferiore al 40% (puó 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 Fabolosos Cadillacs. Sono argentini, pazzi.

