

RASSEGNA STAMPA

**Una selezione delle principali uscite sulla stampa,
radio e televisioni nazionali dedicate a**

Operazione Bestseller

Dietro le quinte del successo editoriale

di Valentina Notarberardino

Ponte alle Grazie 2024

Copertina di Maurizio Ceccato



QUOTIDIANI, SETTIMANALI, MENSILI E AGENZIE

STYLE.CORRIERE.IT

1 febbraio 2024

<https://style.corriere.it/spettacoli/libri/libri-febbraio-2024/>

StyleMagazine

MODA

LIFESTYLE

ATTUALITÀ

VISIONI E VISIONARI

BENESSERE

SPETTACOLI

I libri da leggere a febbraio 2024: i migliori romanzi, racconti e saggi in uscita

L'atteso di ritorno di Elizabeth Strout, le riscoperte di Soldati e Hoffmann, gli esordi di Dalla Rosa e Khabushani, la vita a Gaza di Alghoul e il silenzio come scelta di vita di Manfredi



di Gaetano Moraca

1 febbraio 2024



2 febbraio 2024

CULTURA

UNO SULL'ALTELLA



La festa per l'uscita di uno dei volumi della saga di Harry Potter, il più grande successo letterario degli ultimi decenni

COME SI FABBRICA UN bestseller

I PREMI, I PASSAGGI IN TV, IL PASSAPAROLA, E ORA PURE I BOOKTOKER. UN LIBRO-INCHIESTA ESPLORA IL DENTRO LE QUINTE DEI SUCCESSI EDITORIALI. NESSUNA RICETTA INFALLIBILE, MA QUALCHE SEGRETO C'È

di Piero Melati

A PRITTI SESAMO. Se vuoi entrare nella stanza dei tesori, ecco la chiave. Potrai finalmente scoprire come si costruisce un libro di successo. Dentro Operazione bestseller (Ponte alle Grazie) di Valentina Notarberardino non ci sarà la ricetta per un nuovo Harry Potter, ma si setacciano le stazioni della filiera produttiva più sfuggente del mondo. Indispensabile conoscenza, per tentare la scalata al cielo.

Oggi anno in Italia si stampano decine di migliaia di volumi, nel 2022 83.950. Molto meno di uno su mille ce la fa. Dunque, come fabbricare un campione di vendite? Nel libro non vengono indicate astratte teorie, ma piuttosto aneddoti e casi esemplari, da parte di una trentina di addetti ai lavori interpellati dall'autrice. Guru del libro, maghi della classifica, detentori di premi, ghost writer, editor, profeti del marketing. Tutti a caccia dell'elemento che trasforma la carta in oro.

PIÙ SCRITTORI CHE LETTORI

«Ci sono pochissimi riferimenti» spiega Notarberardino, addetta alle comunicazioni dell'agenzia Contrasto e da quindici anni nel mondo dell'editoria. «Così, per ricostruire la vita organica del libro, mi sono documentata sul



Sopra, Valentina Notarberardino e a destra il suo libro **Operazione bestseller** (Ponte alle Grazie, 302 pagine, 19,90 euro)

campo, settore per settore, cercando testimonianze dirette. Volevo dare l'autentico stato dell'arte. Ho cercato di non pronunciarmi sul valore letterario delle singole opere, bensì di concen-

trarmi sulla vita dei volumi e sul loro successo. Ho fatto rilevare l'importanza del lavoro di gruppo, i punti di vista differenti, la spia rossa che si accende quando senti che si sta preparando un best-seller, affrontando tutti i temi caldi, senza evitare i più scabrosi.

L'AUTRICE. «HOTRASLASCATO L'UNO DEI LETTERARI DELLE PERIPERIE CONCENTRATA SUL MERCATO». Numeri, anzitutto: un giro di 3.388 milioni annui, che fanno del libro una industria di prim'ordine, le case editrici (dalle 50 della galassia Mondadori ai 20 marchi del gruppo Gerni), la "gabella" della distribuzione (si acquistano i volumi scontati del 60 per cento, per girarli poi alle librerie deprezzati solo del 40, costi di produzione, cedole, percentuali). E poi, i successi del passato (da Manzoni a Eco), quelli più recenti (Pavese, Voli, Audi, Vannacci, Francesca Giannone). I primi orientamenti: nove volte su dieci un bestseller è un giallo, tante volte la svolta vive ancora del "passaparola", oppure di una circostanza fortunata. L'editor Antonio Franchini ricorda quella di Lara Cardella, che al *Costanzo Show* accusò i suoi concittadini di sessismo, e questo bastò a far volare le copie. O ancora, le comparate in tv (Pablo Pardo in testa) o il peso di carta stampata, radio e podcast. Ma attenzione: sta cambia-

83.950
IL NUMERO DI VOLUMI STAMPATI NEL 2022

3.388
MILIONI ANNI IL GIRO D'AFFARI DELL'INDUSTRIA DEL LIBRO



88 | il venerdì | 2 febbraio 2024

2 febbraio 2024 | il venerdì | 89

CULTURA

UNO SULL'ALTELLA



Alfredo Favì, vedovo della scrittrice Ada D'Adamo, con il premio Strega 2023 vinto da Come d'aria

do tutto, rivela l'inchiesta. A conferma, l'anno nuovo si era aperto con la confessione social di un editore. Aveva avuto un incubo. Si era sognato un mondo in cui i lettori erano scomparsi e tutti si autopubblicavano a pagamento. Una profezia? All'ultima rassegna romana *Più libri più liberi*, diretta dalla scrittrice Chiara Valerio, che chiudeva l'anno vecchio, si raccoglievano le deglance delle case editrici, sussistate da centinaia di richieste di pubblicazione da parte di esordienti. «Ci sono più scrittori che lettori si commenta amaramente.

SOLO TRE SETTIMANE Non sono le uniche novità. Le librerie delle grandi catene, per esempio, hanno dovuto rivoluzionare gli spazi, per reggere l'irruzione di manga giapponesi e "romance" per adolescenti (ma anche di tradizionali "sottogeneri" come fantasy, fantascienza e horror): i booktoker hanno ormai mandato a gambe all'aria il vecchio mondo dei

critici accademici; un libro appena uscito vivrà due, tre settimane al massimo, prima di essere soppiantato sui banconi - in virtù della impetribilità dei corpi - dai nuovi arrivi. Un flusso, quest'ultimo, pressoché ininterrotto, come fa notare Goffredo Fofi, perché ogni editore deve fare fatturato. «Publish or perish» è la regola: pubblica o muori. Nel frattempo, al contrario, un volume di mercato s'impenna all'improvviso, e deve essere in fretta

IN LIBRERIA CONTA ANCHE IL "FATTORE MORTE" (VEDI MURGIA, RATZINGER ED ELISABETTA).

premiato, perché un influencer di tredici anni da 570 mila followers dice in un video: «Questo libro mi ha distrutto l'anima».

BLAZER, SNEAKERS, CHOKER Siamo entrati nell'universo del Meta-libro. L'oggetto, per tanti secoli, era stato per lo più sinonimo di letteratura oppure di studi rigorosi. Oggi nulla è come prima. Qualcuno si ricorda di

Alberto Arbasino all'edizione del premio Strega del 2018? Stava in piedi, nel sinfondo della romana Villa Giulia, in camicia bianca, cravatta di Marcella e completo british scuro. L'emblematico scrittore dei tempi della feliniana *Dolce vita* guarda Nicola Lagioia, vincitore della precedente edizione, che sfogliava le schede

della quinta finale. Fu la sua ultima apparizione e, insieme, la fine di un'epoca, quella dei "venerati maestri". Subito dopo, annota Notarberardino, al posto del blazer arriverà il choker di Mario Desiati, vincitore dello Strega 2022 (si tratta di un collare fetish indossato con disinvoltura dall'autore), preceduto dalle sneaker gialle, bianche e blu della Lidl calzate da Emanuele Trevi, detentore nel 2021, oggetto molto invidiato perché all'epoca *sold out* nei negozi. Per non parlare della stalla che Paolo Cognetti, vincitore nel 2017, acquistò con i proventi del premio.

I voti delle pagelle su cartadi giornale del critico Antonio D'Orrico, che contribuivano a distribuire l'alloro dei premi, sono lontani anni luce. Oggi lo scrittore, per emergere, deve essere un "persona-ggio" meglio se un volto televisivo, confezionare prodotti da cui trarre film e serie tv (altrimenti di vendite si boccia) o di social. Anche se pare qui il terreno minato: «Si tratta di una strategia per avere un pubblico di affezionati, ma anche un modo per circondarsi di nemici silenziosi» fa notare Francesco Longo. Mentre Marco Archetti cita in proposito Casanova e un certo "effetto-poseur". «A furia di ripetere una menzogna si finisce con il crederci» esaspera.

PROFESSIONE GHOST Resta il fatto che lo Strega rimane un veicolo per le vendite: «Le moltiplica di cinque volte» scrive Notarberardino, citando i casi di Walter Siti nel 2013 (da 30 a 80 mila copie, di Tiziano Scarpa nel 2009 (da 8 a 90 mila) e della scomparsa Ada D'Adamo (la 72 ore dalla proclamazione è balzata da 25 a 60 mila). Senza escludere, in quest'ultimo caso, il "fattore-morte", per Filippo Guglielmino, guida operativa di Mondadori Libri, generando ridondanza per eccesso di comunicazione contribuisce alle copie (come nei casi della regina Elisabetta, a proposito dello smacco di volumi sulla corona inglese, del papa emerito Ratzinger, di Milan Kundera o di Michela Murgia).



J.R. MOHRINGER HA PRESO UN MILIONE DI DOLLARI PER LE CONFESSIONI DEL PRINCIPE HARRY

La morte ci fa belli. Siamo alla necrofilia? Non ancora. Piuttosto a un certo "amicheismo", termine coniato dallo scrittore Fulvio Abbate, a proposito di recensioni vicendevoli tra scrittori sodali. «Fenomeno antico, ma sopra il livello di guardia» commenta Paolo Di Stefano. Forse anche per via di un contesto allo streghetto. Pochi vivono di scrittura, gli editori tagliano contratti e anticipi, tour e presentazioni sono a spese dell'autore. Si salva la figura del ghostwriter, che scrive l'autobiografia di un "vip" in un volume poi firmato da quest'ultimo (ilena Stancanelli per la nota scrittrice Federica Pellegrini, per esempio). Il Pulitzer J.R. Moehringer, già arricchitosi per le confessioni del tennista Agassi, ha preso un milione di dollari per quelle del principe Harry. Ma quasi nessuno lo conosce.



BASTO UN'APPARIZIONE AL COSTANZO SHOW PER FAR VOLARE LE COPIE DEL PRIMO LIBRO DI LARA CARDELLA

Piero Melati

QUANTO FIDARSI DELLE CLASSIFICHE

DUE PIRI DUE? Per i libri non fa quattro. Nulla è da sempre più incerto e approssimativo dei dati reali di vendita di un volume. Così leggeremo spesso pubblicità o lanci sui social che vantano un numero di copie ben maggiore del venduto effettivo, o che rivendicano numerose ristampe celando il fatto che ognuna di esse non supera i 500 pezzi. Ma come si compiano le classifiche settimanali di vendita? In Italia gli agenti principali sono tre. Informazioni Editoriali monitora la vendita in 1.600 librerie iscritte al proprio circuito "Arianna", oltre che raccogliere i numeri di catene di proprietà o in franchising e punti di vendita online. Tranne Amazon, che fornisce i suoi dati analitici alle case editrici. Attenzione: se iscritto al servizio, un editore potrà conoscere in dettaglio soltanto il proprio venduto e mai l'altra. C'è poi la Nielsen BookScan, che copre 1.440 punti vendita e 4.000 negozi. La GfK, infine, passa al setaccio supermercati e ipermercati, grandi negozi di tecnologia, catene e librerie indipendenti, più 8500 siti di e-commerce. Ma non basta. Ulteriori difficoltà tra le varie classifiche si potranno riscontrare anche considerando quelle "interne" a grandi gruppi come Mondadori, Feltrinelli o Amazon, che rilevano a loro volta il venduto, ma soltanto quello effettuato tramite i propri canali diretti.

90 | il venerdì | 2 febbraio 2024

2 febbraio 2024 | il venerdì | 91

ILIBRAIO.IT

2 febbraio 2024

<https://www.ilibraio.it/news/saggistica/operazione-bestseller-1448458/>

RIVISTA

NEWSLETTER

CONTATTI

CHI SIAMO

AREA PERSONALE

f

in

IL LIBRAIO.IT

NEWS

LIBRI E EBOOK

AUDIOLIBRI

AUTORI

EVENTI / LIBLIVE

LIBRERIE

TEST E QUIZ

#BOOKTOK

SCUOLA

IL MIO LIBRAIO



Valentina Notarberardino

#OPERAZIONE BESTSELLER

Dietro le quinte del successo editoriale

“Operazione bestseller”: cosa fa di un libro un libro di successo?

SAGGISTICA

di Redazione Il Libraio

02.02.2024

3 febbraio 2024

Settimanale
03-02-2024
Pagina 10/11
Foglio 1

tuttolibri



www.ecostampa.it

DIETRO LE QUINTE DELL'EDITORIA

Ecco come nasce un libro di successo Manuale di sopravvivenza per autori e lettori

Un'addetta ai lavori indaga nel mondo delle case editrici italiane conducendo un viaggio tra uffici, scaffali, biblioteche e «stanze tutte per sé». Spiega come funziona l'industria del libro, quanto si guadagna, come si arriva a vincere un premio importante. E cosa questo comporta

MIRIAM MASSONE

Affamati (di libri), sarete saziati. Pop nella forma, analitico nei contenuti, *Operazione bestseller* è un saggio per bulimici della letteratura, feticisti della carta stampata, accademici e book toker. Dipende da come lo si maneggia. Potete divertirvi approcciandolo come un trivial pursuit, ad esempio: appaga le più bizzarre curiosità dei lettori (come ha fatto *Ferrovie del Messico* a sbanicare? A cosa si deve l'inaspettato podio in classifica del libro del generale Vannacci? Spoiler: l'uscita ad agosto ha inciso più di quanto si immagini). Oppure potete consultarlo come un manuale di sopravvivenza per aspiranti scrittori (sapevate che un autore guadagna in media appena tra 1 e 2 euro per copia venduta?). Con le statistiche e i contributi inediti di editori e scrittori, gongolano, infine, anche gli addetti ai lavori.

Valentina Notarberardino, che nel settore lavora da 15 anni, torna così a indagare il «dietro le quinte» dell'editoria italiana (l'aveva già fatto nel precedente *Fuori Testo*, sempre per **Ponte alle Grazie**), trattandola per quello che è: la maggior industria culturale del Paese, con «83.950 titoli venduti nel 2022», che «si portano dietro 3.388 milioni di euro spesi».

L'incipit da cui muove questo viaggio tra scaffali e biblioteche, case editrici e «stanza tutta per sé», è una batteria di

domande: da «come si partecipa ai premi letterari?» a «Come un manoscritto riesce ad arrivare in libreria?», da «Come si rilevano le vendite?» a «Quanto contano le classifiche?». Ogni quesito, alla fine, è riconducibile a un solo interrogativo: cosa decreta il successo di un libro? La spiegazione è molto meno poetica di quanto sogneremmo. Passione, talento, romanticismo e lieto fine hanno un ruolo marginale, e allora, avverte Notarberardino, «vedremo insieme che spesso una vera risposta non c'è; ciò che si può fare, è passeggiare nei meandri di quella fabbrica di libri che è l'editoria e raccontarne i meccanismi e le pratiche abituali». *Operazione bestseller* «non è un omaggio a James Bond (per quanto...)», ma un accenno a quella somma di azioni collettive che coinvolgono diverse figure professionali, tutte variamente impegnate affinché un libro appena uscito abbia un'ampia diffusione e vendite conseguenti.

Alla fine, 350 pagine e 10 capitoli dopo, ci si scopre più consapevoli, forse disincantati, comunque più informati: non esiste una formula matematica per uscire dall'anonimato e trasformare la propria bozza nel prossimo settantasettesimo Premio Strega, ma ci si consolerà leggendo dei grandi rifiuti e dei grandi rifiuti. Primo, fra i più clamorosi, quello di Pasolini che nel 1968 ritirò «il suo *Teorema* dalla competizione dicendo che il meccanismo democratico del premio si è deteriorato con le ingerenze dell'industria culturale. ed

editoriale in particolare». E però, chi invece lo vince gode: «Lo Strega manda in classica», sentenza Notarberardino, munita di prove. L'anno scorso «a due settimane dalla vittoria, *Come d'aria* di Ada d'Adamo ha più che raddoppiato le vendite: entrato in finale con 25.000 copie vendute, oggi ne conta circa 60.000». È al settimo posto della top ten del 2023, confermano i dati ufficiali dell'Aie: sorprenderà (o forse no) sapere che al primo, invece, c'è *Spare*, il minore del Principe Harry, scritto dal «re dei ghostwriter», John Joseph Moehring, ingaggiato per un milione di dollari, e già autore ombra di *Open*, autobiografia del tennista Andre Agassi. Cosa c'è dietro? Una vera e propria «operazione bestseller»: l'iter promozionale di *Spare* «viene realizzato in accordo con tutti gli editori del mondo, si vendono i diritti per l'uscita in contemporanea. In Italia l'editore è Mondadori. Racconta Filippo Guglielmoni: «Con le librerie abbiamo fatto il pre-order, cosa che non si fa tradizionalmente. Abbiamo vissuto i primi dieci giorni dell'anno con un'attesa febbrile, la probabilità che qualcosa andasse storto era molto alta». Quanto pathos, a conferma che l'imponderabile e la (s)fortuna, anche nell'industria del libro, hanno avuto, e sempre avranno, un discreto peso: fu così persino per *I Promessi sposi* (e la sua rocambolesca edizione «ventisettiana»), il primo grande bestseller italiano. —

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Lo Strega
fa vendere,
conta grandi rifiuti
e grandi rifiuti



Valentina Notarberardino
«Operazione bestseller»
Ponte alle Grazie
pp. 352, €19,90

Passione, talento,
romanticismo
e lieto fine hanno
un ruolo marginale

040588

AGRPRESS

7 febbraio 2024

<https://agrpess.it/operazione-bestseller-dietro-le-quinte-del-successo-editoriale-di-valentina-notarberardino-ad-acrobazie-letterarie/>



[HOME](#) [ATTUALITÀ](#) [FOTOGRAFIA](#) [ENTERTAINMENT](#) [EVENTI](#) [CONCORSI](#) [TECH](#) [SPORT](#) [AGR GALLERY](#)

Operazione Bestseller: alla scoperta dei segreti del successo editoriale

 [Redazione Agrpress](#)  07 Febbraio 2024

Il 16 febbraio 2024 Valentina Notarberardino presenta "Operazione Bestseller", il suo nuovo libro edito da [Ponte alle Grazie](#), presso la libreria Nuova Europa nel...



 **Documentazione fotografica dal 1945**



Dalla Home



ANSA

7 febbraio 2024

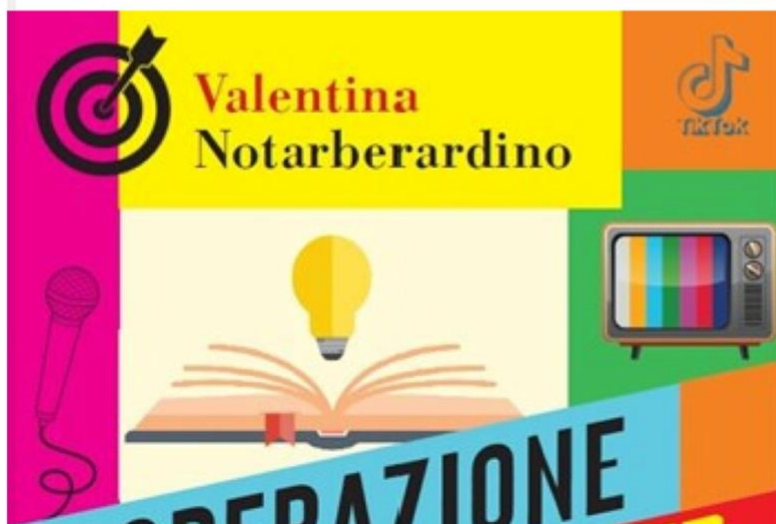
https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/libri/approfondimenti/2024/02/07/operazione-bestseller-di-notarberardino_50ad7857-6473-4859-aa62-2060ee8a19f4.html

Menu Sezioni v Canali v Regioni v Foto Video Podcast

As / **Cultura** / Libri - Approfondimenti

Naviga ⋮

Operazione Bestseller di Notarberardino



Viaggio dietro le quinte
del mondo editoriale

ROMA, 07 febbraio 2024, 14:41
di **Mauretta Capuano**

 **ANSAcheck**
notizie d'origine certificata

← - RIPRODUZIONE RISERVATA



08

Valentina Notarbernardino, *Operazione bestseller. Dietro le quinte del successo editoriale*

~~20~~ € 19 € (-5%)
AMAZON

~~19,90~~ € 18,90 € (-5%)
IBS

Ogni tanto arriva qualche articolo a ricordarci che siamo il Paese in cui si scrive troppo e si legge troppo poco. È davvero così? Probabilmente. Nel 2022 (*fonte AIE – Associazione italiana editori*) sono arrivati in libreria quasi **84 mila nuovi titoli mentre il catalogo dei titoli attualmente in commercio sfiora l'1,5 milioni di copie**. Come fa allora un libro a restare a galla in questo mare magnum? Come ottiene qualche centimetro quadrato di esposizione in libreria, prima di essere messo in una scatola e rimandato all'editore sotto forma di reso? **Valentina Notarbernardino** ci prende per mano e ci porta dietro le quinte del mondo dell'editoria raccontandoci il viaggio del libro dalla mente dell'autore al comodino della nostra camera da letto, ma anche tutto il percorso (chiamiamolo pure di opinione) che qualche libro riesce a fare passando per recensioni, interviste all'autore, partecipazioni a premi, festival, eccetera. *Operazione bestseller* racconta tutto quello che avreste sempre voluto sapere sul mondo dell'editoria e che non avete mai osato chiedere. Un libro che vi schiarirà le idee e forse vi farà venire voglia di non tirare fuori dal cassetto il vostro romanzo.

10 febbraio 2024

TESTO A FRONTE



BASTASSE UN LIBRO

A FAR VENDERE

MOLTI LIBRI

*I risvolti di copertina come sono
e come dovrebbero essere
per sapere cosa c'è davvero in un libro*

di Piergiorgio Paterlini

ORIGINALE

Perché certi libri hanno successo e altri no? Perché di alcuni si capisce presto che finiranno tra i «libri dell'anno» mentre altri passano in sordina? Come arrivano gli amati tomi in libreria? Come si partecipa ai premi letterari, chi vota e, soprattutto, perché vince chi vince? E chi perde, come la prende? Si può vivere di sola scrittura? Perché ogni anno in Italia si pubblicano così tanti titoli? Come funzionano i festival letterari e le fiere del libro? Che cosa riesce a fare un bravo libraio per il successo di un libro? Che impatto hanno i social? I podcast? Le trasmissioni radio e tv? Come funzionano le classifiche? Come si rilevano le vendite, e chi lo fa? Insomma: che cosa fa vendere i libri? Agli appassionati della lettura *Operazione bestseller* racconta tutto questo: la vita materiale del libro dalla tipografia al comodino, e la vita immateriale, dall'anonimato alle stelle. E lo fa avvalendosi del contributo di alcuni protagonisti del mondo editoriale e delle loro testimonianze esclusive. Ne risulta un viaggio curioso, chiarificatore ed entusiasmante dietro le quinte dell'editoria italiana: la maggior industria culturale del Paese.

TRADUZIONE

Tantissime domande, pochissime risposte. D'altra parte se l'autrice avesse davvero la soluzione il suo libro sarebbe in automatico fra i bestseller e vincerebbe tutti i Premi. E così tutti gli ottantamila libri che si pubblicano ogni anno in Italia e tutti gli autori esistenti. Che cosa fa vendere i libri? Ciò che si può chiedere a *Operazione bestseller* è farci capire cosa occorre fare e soprattutto cosa evitare. Non è poco. Dopo di che bisogna passare a un buon manuale di Cabala, al calcolo delle probabilità, alle rivelazioni mariane o ai fondi di caffè, insomma entrare in un altro sistema di comprensione della realtà. A dire il vero ci sarebbe tutto l'importantissimo capitolo sulle giuste frequentazioni, che Notarberardino sapientemente dimentica, come, pudicamente, i suoi illustri ospiti. Amnesia e pudore da rispettare convintamente.



Valentina
Notarberardino
**Operazione
bestseller**
Ponte alle Grazie
pagg. 352
euro 19,90

Pensate
un auto
meriti u
approf
Pensate
nonosti
abbia c
alla stor
della let
sia rim
nei cas
troppo.
Segnale
scrivent
una mo
indrizz
**robinson
repubb**



IL SAGGIO DI VALENTINA NOTARBERARDINO

I trucchi per costruire un bestseller

Dal lancio adeguato ai premi, dal peso dei social al passaparola: ben poco è casuale...

Paolo Bianchi

Che cosa rende un libro un bestseller? Che cosa lo proietta nella classifica dei più venduti, determinando il sollievo dell'editore e la dilatazione dell'ego dell'autore? L'unica risposta sensata è: «Non si sa». Perché, se si sapesse, al mondo ci sarebbero solo bestseller. E invece in Italia, dei circa 80mila titoli in uscita ogni anno (sì, avete letto bene, ottantamila), quelli che superano il migliaio di copie vendute sono una cifra esigua. La maggioranza non ne vende neanche una. Del resto meno del quaranta per cento degli italiani legge almeno un libro all'anno. E la convenzione vuole che per essere chiamato bestseller un libro debba vendere cinquantamila copie. D'altronde, se gli autori italiani che vivono solo di scrittura saranno una decina, un motivo ci sarà.

Che cosa fa vendere un libro? È dunque la domanda delle cento pistole, a fronte di migliaia di pistole che credono di aver scritto un capolavoro. E inondano le case editrici di proposte insulse. Anche perché non sanno che i meccanismi editoriali, tanto per cominciare, sono molto più complessi di quel che sembra. A capirlo, può essere utile un volume esauriente, chiaro e molto ben documentato (dunque di ausilio a chi vorrebbe pubblicare), *Operazione bestseller*, di Valentina Notarberardino (Ponte alle Grazie, pagg. 352, euro 19,90). L'autrice spiega come un libro viene scelto, stampato, promosso, distribuito, eventualmente rimandato al mittente. Intanto: un libro che non ottiene un lancio adeguato ha pochissime probabilità di sopravvivere oltre i tre mesi dallo sbarco in libreria. Annega fra tutti gli altri, la sua stessa esistenza ignorata. I casi di titoli che hanno avuto successo grazie al passaparola sono pochissimi: *Cuore* di Edmondo De Amicis andò moltissimo oltre le aspettative dell'edito-

re Treves. Persino *Il nome della rosa* di Umberto Eco, uscito nel 1980, uno dei libri italiani più venduti nel mondo, aveva avuto un lancio relativamente tiepido. Idem, all'estero, per *Harry Potter*, poi fenomeno planetario. Oggi il passaparola è avvertibile nella poltiglia dei social media, che fanno da volano più della tv e dei giornali. È ormai evidente che il critico letterario è una nullità rispetto al Tiktok, e i libri in tv devono passare attraverso programmi generalisti, in particolare essere sventolati da Fabio Fazio, o nell'intero palinsesto, come fa Bruno Vespa nell'annuale autopromozione natalizia.

Il caso dell'anno scorso di passaparola letterario è stato *Ferrovie del Messico*, di Gian Marco Griffi, libro pubblicato da un piccolo editore, Laurana, ma promosso attraverso la sapiente orchestrazione di una vecchia volpe dell'editoria, Giulio Mozzi. Griffi è oggi esaltatissimo. Per il resto, bisogna vedere di che libro si parla, dato che gli adolescenti leggono e si appassionano di cose tutte loro, di genere fantasy, young adult, o romance, roba che per un boomer come lo scrivente appare astrusa, per non parlare dei manga o dei fumetti, altra galassia assimilata ai libri, ma che con la letteratura tradizionale ha ben poco a che fare. Agli editori interessano i numeri, anche se poi dicono che tengono alla qualità. Bisognerebbe intanto sapere che cosa sia, questa qualità. I libri di Fabio Volo sono di qualità? La scrittrice turbofemminista e queer Michela Murgia, che ha fatto coincidere la propria morte con un'operazione di marketing gigantesca (massimo rispetto, non è mica facile) sosteneva che fossero delle porcherie. Però la gente le compra. È gente che probabilmente di libri non ne legge, ma se si accontenta, che male fa? Del resto, bisognerebbe definire con precisione il successo di un libro o di un autore, se sia legato alle vendite o alla durata o al

gradimento. Della maggior parte dei bestseller, infatti, si perde traccia. Che cosa sarà, fra vent'anni, delle *Cinquanta sfumature di grigio*? Enrico de' Conti Novelli da Bertinoro, in arte Yambo, al giro di secolo del Novecento era uno degli scrittori più letti in Italia (soprattutto dai ragazzi) per le sue storie di genere fantascientifico. Oggi, dimenticato. A volte invece, dopo la morte arriva il successo. Come nel caso di Ada D'Adamo, autrice di *Come d'aria*, libro autobiografico sulla sciagura famigliare e personale. L'autrice è deceduta appena dopo essere entrata nella dozzina finale del premio Strega, che ha vinto postumo.

I premi letterari: Strega e Campiello, per citare i due più utili. Vincerli è un successo d'immagine. E garantisce un minimo di vendite. Chi li disdegna è perché non li ha vinti, dicono. C'è un noto scrittore che, avendolo perso, denunciava i brogli della giuria, salvo trovarli perfettamente adeguati quando poi lo ha finalmente vinto. E così ha potuto avere il suo bestseller. Se in qualcosa pecca, la bella inchiesta di Notarberardino, è di battere un po' troppo la grancassa a una serie di paloncini gonfiati del mondo editoriale. A fianco di interviste a persone che molto ne sanno, come Gianluigi Simonetti, accorto analista di libri costruiti a tavolino, che invita a distinguere fra Canone e Gusto, o Paolo Di Stefano, che da giornalista culturale ne ha viste parecchie, di manovre, e non lo nasconde, abbiamo alcuni intellettuali tascabili, cresciuti sotto le ali della cultura veltroniana di sinistra e di *Repubblica*, cioè il nulla che non sia acquisizione di privilegi e soddisfazione della vanità. Questi gestori del Nulla vorrebbero per l'appunto darci delle lezioni su come si legge, si scrive, si pubblica, si pensa e si parla. Di scrivere bene ovviamente non sono capaci, impegnati come sono a insegnare agli altri

Ragazzi

Un'amicizia memorabile

Jan Fearnley

Come si perde un elefante?

Ape Junior/Salari, 32 pagine, 13,90 euro

Oscar perde sempre tutto. Succede a molti di noi. Perde monopatini, pinne, quaderni. E cerca tutto per ore: dietro il frigorifero, nel cassetto, tra i panni sporchi, sotto il letto, dietro i cuscini del divano. Poi un giorno incontra qualcuno che lo aiuta a ricordare. Non uno qualsiasi, ma un elefante di nome Hugo. E si sa, gli elefanti hanno buona memoria. Così Hugo può ricordarsi di aggiungere le carote nella lista della spesa, i nomi degli animali antartici e anche quelli artistici. E non dimentica mai di segnare le cose veramente importanti come la gentilezza, la compassione, l'amore, l'amicizia. Non solo. Oscar finalmente ha un super amico, con cui gioca, guarda la tv, fa i compiti. Un amico che gli insegna a ricordare. In questo modo Oscar comincia lentamente a ricordare le cose. Finché, un brutto giorno, Oscar si arrabbia per una sciocchezza, dice a Hugo di sparire per poi rendersi conto che si può perdere qualcosa di molto più importante di un paio di calzini: un amico vero. E si mette in cerca. Un albo tenero, dolce, pieno di buoni insegnamenti e disegnato con un tratto che invita ogni piccolo lettore e lettrice a sognare. È facile alla fine dell'ultima pagina immedesimarsi in Oscar. Capita a tutti di perdere la pazienza o un amico, ma per fortuna ciò che si perde si può ritrovare. **Igiaba Scego**



Fumetti

Instabilità permanente

Othman Selmi

Porti

Comic Out, 64 pagine, 12 euro

Allegorie e metafore visive continue, didascalismo del graphic journalism su temi che gravi, piccole parabole dal tono umoristico, colore e bianco e nero, squarci pittorici per esprimere una disperazione esistenziale e sociale. Il tunisino Othman Selmi varia molto i registri narrativi a cui corrisponde un'altrettanto grande varietà di stili grafici o tecniche visive perfettamente sincroniche al registro narrativo scelto. E sperimenta fin dal fatto di aver scelto l'instabilità permanente, sia formale sia nelle modalità di narrazione, speculare a quella sociale ed economica in cui vive, segnata da un pervasivo sentimento kafkiano. Si va da flash di una pagina su dieci modi di morire a Tunisi al racconto

lungo pittorico e privo di testo sull'assoluta assenza di diritti per il piccolo lavoratore o commerciante a causa della corruzione (*Spark*), passando per fiabe politiche sulla cecità di sudditi che vogliono fingere di essere cittadini repubblicani (*Il popolo lumaco*). I risultati sono tutti interessanti anche se diseguali e formano uno spaccato-mosaico abbastanza raro, se non unico, di vita e storia della Tunisia anche per via della cronologia temporale piuttosto ampia, narrata per frammenti brevi e scorrevoli. Non c'è autocommiserazione nemmeno quando sono elencate le colpe del colonialismo anche perché quelle attuali della società e della politica predominano, in particolare nelle cartoline pubblicate nel 2011, 2014 e 2023 su Internazionale. **Francesco Boille**

Ricevuti

Leonardo Bianchi
Le prime gocce della tempesta

Solferino, 288 pagine, 18 euro

Il terrorismo neonazista più recente accompagna l'ascesa di una nuova estrema destra globale.

Valentina Notarberardino
Operazione bestseller

Ponte alle grazie, 352 pagine, 19,90 euro

Perché certi libri hanno successo e altri no? Come funzionano i festival e i premi letterari? Un viaggio curioso dietro le quinte dell'editoria italiana.

Fabio Armao
Capitalismo di sangue

Laterza, 128 pagine, 15 euro

A chi conviene la guerra? I conflitti degli ultimi decenni sono il risultato di scelte criminali dettate da un capitalismo senza regole e dal perseguimento di interessi economici.

Eva Cantarella
Contro Antigone

Einaudi, 120 pagine, 13 euro

Una rilettura controcorrente che traccia un profilo spiazzante e divisivo della più celebre figura tragica della classicità.

Autori vari
Umani e non umani

Utet, 144 pagine, 16 euro

Sei interventi illustrati tra antropologia, linguistica, genetica e scienze cognitive per il ripensare il rapporto con il mondo naturale di fronte alla crisi climatica.

<https://www.criticaletteraria.org/2024/02/valentina-notarberardino-operazione-bestseller-ponte-alle-grazie-.html>

in #PAGINECRITICHE

È tempo di "operazione bestseller": dal manoscritto al libro in classifica con Valentina Notarberardino

20.2.24 -



Il libro va desacralizzato

Non che ci si aspetti granché da un'epoca in cui la gente usa "empatia" per "simpatia" e vengono pubblicati attivisti* e divulgatori* che non imbroccano la lingua italiana nemmeno a pagarli. Pagarli poco, si spera: di recente su IG il post di una influencer civile cominciava con "raga per alcuni di voi il sito è in crash per i troppi ordini. Stiamo risolvendo, un secondino di pazienza. L'alternativa è Amazon su cui funziona bene". Poco dopo la medesima Martina Luther di Lavaredo ci notificava "un'immensa gioia", che nella sua pimpante lingua italesca è senza l'apostrofo.

Non che ci si possa aspettare granché da una (parte di) editoria convinta che la gente sia smaniosa di leggere romanzi incentrati sulle "appartenenze ancestrali alla terra", al Mezzogiorno come metafora, alla Liguria come sinestesia, al Friuli citeriore come dolore al ventre & tutta la geolocalizzazione rurale del Nostro Scontento.

O a quell'altra (parte di, ma a volte coincidono) editoria che ha deciso di farsi invadere dal Giappone percepito: durerà meno della piaga realismo-magica latinoamericana? Intanto alé col ristorantino dell'anziana gattara, la biblioteca del vecchierello squinternato ma poeta, e i quartierini di Tokyo tutti palpiti e acquerugiole dove il tempo si è fermato.

Nell'attesa che riparta, ha ragione Luigi Mascheroni: il libro va desacralizzato, c'è libro e libro, giusto così. Eppure qui è ancora pienissimo di gente che, in forza del proprio nome su una copertina, instagramma l'azione di scartoccia-mento delle copie-omaggio dichiarandosi "come un bambino la notte di Natale" e parla, dolendo, della propria scrittura col tono di chi si è fatto strada nella Selva Lacandona decollando anaconda, poi nei ringraziamenti scrive "a mia madre e mio padre che hanno sempre creduto in me", dunque sì, ogni tanto vien lo sconcerto, ma uno sconcerto serio, di cui è lo sconcertato il primo a sospettare - lusso da presuntuosi, smorfia di chi si erge, ma cosa ti ergi?

"Operazione bestseller" di Valentina Notarberardino (*Ponte alle Grazie*, 340 pp., 19,90 euro) è uscito da poco ed è un libro piacevole e autentico che, seppur non riveli o sveli chissà cosa, fa il suo mestiere: è un navigabilissimo saggio scritto da chi i libri li ama (anche come oggetti), li conosce e ha voglia di farteli amare e conoscere. E ti fa pensare che forse bisognerebbe ringraziare chi ama pur conoscendo contraddizioni e limiti, chi ama anche se ha visto le quotidiane piccole cose ingiustissime e tutte le righe storte dell'editoria, che in fondo non è e non sarà mai perfetta perché bisogna guardare la realtà, qua si tratta di provare a salvaguardare qualcosa tra le cannonate, mica facile, tu cosa faresti, Joris-Karl Huysmans da divano? Lo diceva Diderot, "l'editoria è cerniera tra spirito e commercio", e allora basta, brindiamo alla cerniera, perché prendersela coi giapponesi? Perché non provare quel *mé-moir* ambientato nella Lucania del 1993? Ehi, tu, attivisti*, abbracciamoci e perdoniamoci gli apostrofi!

Infine, traggo da Notarberardino: pubblicati 84 mila titoli nel solo 2022 per un fatturato di 3.388 milioni di euro. Un'industria di prim'ordine, davanti a quella delle pay tv e delle tv in chiaro, la quarta in Europa. Piuttosto vitale, questo moribondo.

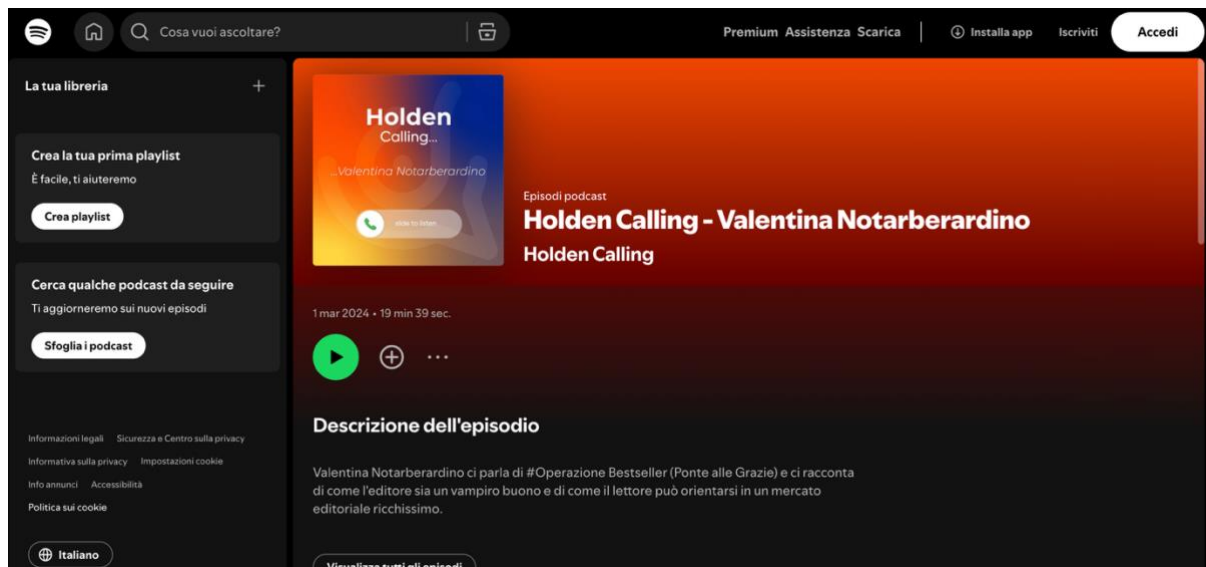
P.S. Adelphi ha appena pubblicato "La nuova Russia" di Israel J. Singer. Nell'introduzione dice che sono impressioni un po' così, scritte di getto. Ovviamente è splendido.

Marco Archetti



HOLDEN CALLING PODCAST SCUOLA HOLDEN

1 marzo 2024



17 marzo 2024

Settimanale
17-03-2024
Pagina 19
Foglio 1

Il Sole
24 ORE
DOMENICA

Tiratura: 79.326
Diffusione: 139.757



www.ecostampa.it

COME TI COSTRUISCO IL NUOVO BESTSELLER

Strategie editoriali. Valentina Notarberardino ha raccontato dal di dentro il mondo del libro stampato, ricorrendo a pareri e carriere illustri ma non trascurando le nuove figure. Un viaggio in cerca del segreto del successo
di **Andrea Kerbaker**

Quando ero adolescente, sono stato affascinato dal mondo dei libri soprattutto per via di certi poeti che non andavano mai la oltre la prima edizione. Poi il mio primo titolo l'ho pubblicato con Vanni Scheiwiller, editore dalla distribuzione inesistente che, se esauriva una tiratura di 500 copie, si domandava dove avesse sbagliato. Nel frattempo, i libri avevo anche iniziato a collezionarli, passione in cui l'oggetto più amato e ricercato è quello che ha venduto meno in assoluto. Con queste tre premesse, è ovvio che ho sempre guardato con una certa incomprensione di fondo agli editori che vivono con l'ansia delle vendite a tutti i costi, e, conseguentemente, non sono il recensore più allineato a *Operazione bestseller*, il libro che Valentina Notarberardino manda ora in libreria con **Ponte alle Grazie**. Tuttavia l'ho letto, e anche apprezzato, soprattutto per un motivo: al di là dell'ansia da prestazione che assilla molti addetti ai lavori, gli sforzi per vendere che quasi tutti loro fanno vanno nella direzione giusta – cercare di far leggere di più un Paese che di leggere non ha voglia. Compito sacrosanto, che troppo spesso, quando è lasciato nelle mani dello Stato, diventa un generico e melenso appello alla bontà della lettura in astratto, senza mai preoccuparsi dell'efficacia del messaggio.

Cosa che invece gli editori hanno ben presente, nel tentativo di far sopravvivere i loro titoli in mezzo a un'offerta sterminata: in Italia vengono pubblicati 84.000 (ottantaquattromila!) libri ogni anno, e il loro tempo è sempre più breve. Profetico, a questo proposito, Valentino Bompiani già nel 1981: «La durata di un libro diventerà quella del suo passaggio in libreria».

Nel suo excursus, Valentina Notarberardino si avvale di testimonianze di molte persone che hanno lavorato l'intera vita nella filiera del libro, come il pluricitato Romano Montroni, oppure osservatori attenti



Bologna Children's Book Fair. Escoriza Julie è una dei 78 autori da 31 Paesi del mondo che partecipa alla 59esima edizione della Mostra Illustratori

come Paolo Di Stefano. Usando come bussola le loro e tante altre testimonianze, *Operazione bestseller* offre una descrizione puntuale dei diversi strumenti che aiutano il libro a farsi strada in mezzo agli altri che gli fanno concorrenza dagli scaffali delle librerie. Ma, come sanno tutti quelli che ogni tanto pubblicano qualcosa, l'attività promozionale va ben al di là dei punti vendita estendendosi per esempio alle recensioni sui giornali, all'ambitissima televisione o ai premi letterari, «croce e delizia». Fin qui, niente di troppo nuovo; ma negli ultimi anni il panorama si è infittito, con la crescita delle tendenze emergenti della rete: blogger, youtuber e tiktok in gran spolvero. Un'indagine di un paio d'anni fa, citata dalla

Notarberardino, dice che «le segnalazioni social sono il secondo fattore che influenza l'acquisto di libri: lo cita il 14% dei lettori; solo lo sconto, con il 17% di citazioni, è più determinante». Pur nelle novità, un posto d'onore continua a essere tenuto, com'è giusto che sia, da due attività tradizionali come le presenze ai festival e le presentazioni singole. Qui le mie simpatie, per i motivi che elencavo all'inizio, vanno tutte a Gaia Manzini, per la volta in cui si trovò a presentare un suo libro in una grande isola italiana in una sala con 80 posti e due sole spettatrici: la figlia del presentatore e una sua amica. A me, tra i tanti bestseller nominati con aggettivi entusiasmanti, è subito venuto l'irrefrenabile desiderio di comperare quel libro negletto e abbandonato.

di ANDREA KERBAKER

Valentina Notarberardino
Operazione Bestseller
Ponte alle Grazie
pagg. 340, € 19,90

040588

IL MANIFESTO

30 aprile 2024

Quotidiano
30-04-2024
Pagina 1+12
Foglio 2 / 2

il manifesto



www.ecostampa.it

questa prospettiva la lettura dell'*Italia dei libri* si accompagna utilmente a quella di tre testi recenti che, proprio perché diversi fra loro, aiutano a capire di cosa parliamo oggi quando parliamo di libri e di editoria.

Già il titolo del primo, *Operazione bestseller* (Ponte alle Grazie, pp. 339, euro 19,90), indica la direzione verso cui da due decenni almeno si orienta il mercato. Certo, vendere è sempre stato il primo compito di un editore, ma molto è cambiato nel sistema di produzione dei libri, come tra le righe nota nel primo capitolo l'autrice, Valentina Notarberardino, basandosi sulla sua lunga esperienza di ufficio stampa: «Quello che il lettore non sa è che la sua libertà di scelta si esercita solo fra i libri che il mercato suggerisce di comprare». E lo stesso lettore «non sempre ha presente che la vita immateriale del libro, tra recensioni, premi letterari, passaggi in tv e in radio, può essere abilmente indirizzata, se non pilotata, da una buona cabina di regia di partenza». Così, con l'aiuto delle testimonianze di altri operatori del settore, Notarberardino racconta in modo efficace i passi che porteranno un titolo - forse - al successo. (Da segnalare, fra i casi descritti, l'avventura di *Ferrovie del Messico*, che grazie alla sapiente «cabina di regia» di Giulio Mozzi, grande conoscitore dell'editoria italiana, oltre che scrittore importante, è arrivato a vendere, dalla sua uscita nel 2022, più di cinquantamila copie, superando gli enormi ostacoli iniziali: un autore allora ignoto, Gian Marco Griffi, e una casa editrice piccolissima, Laurana).

In un certo senso, a specchio di *Operazione bestseller* si pone *La cultura nei media* di Giorgio Zanchini (Carocci, pp. 211, euro 17), che indaga come libri e oggetti culturali di vario tipo siano trattati sugli organi di informazione e come questa si sia trasformata dai tempi remoti in cui dominava la carta stampata all'attuale dispersione digitale.

Cercando eroicamente di evitare apocalissi e integrazione, per riprendere la dicotomia introdotta da Umberto Eco, Zanchini parte dal presupposto - inconfutabile - che l'idea stessa di cultura è profondamente cambiata, notando come oggi l'informazio-

ne sia «polimorfa, ubiqua, partecipata» e cercando di sondarne le mille declinazioni, senza nascondere i due maggiori pericoli cui stiamo andando incontro: una frammentazione che pregiudica la complessità e una «rifeudalizzazione dei saperi».

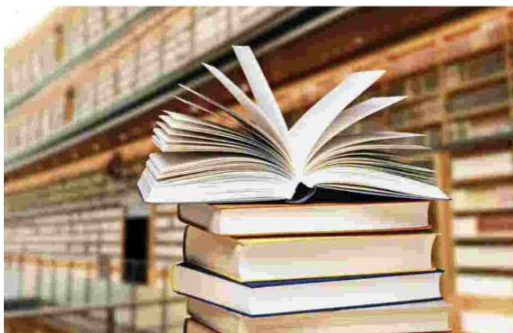
COME DIRE CHE LA CULTURA appartiene di nuovo a pochi? Ammesso sia vero, e non è escluso, da questa derivano altre domande: cosa intendiamo adesso per cultura? chi sono i pochi? e questi pochi coincidono con il potere (politico, economico, sociale, militare)? Non risponde, e anzi amplia ulteriormente gli interrogativi, il saggio di Emanuele Bevilacqua *Attenzione e potere* (Luiss University Press, pp. 221, euro 17) che, come indica il sottotitolo «Cultura, media e mercato nell'era della distrazione di massa», si concentra su quella capacità particolare, la presenza a sé stessi, tanto importante per la sopravvivenza, quanto oggi più che mai «condizionata dall'uso che facciamo delle informazioni che riceviamo e da come le riceviamo».

Consapevole che addentrarsi in questo territorio significa anche fare una corsa contro il tempo (basti pensare a com'è cambiato il dibattito su media e cultura dal 30 novembre del 2022, data in cui è stato lanciato ChatGPT), Bevilacqua affronta scenari diversi, dall'evoluzione dei social agli studi sull'audience, per arrivare a concludere che la sfida consiste nel «non perdere le nostre abilità essenziali e al tempo stesso non rinunciare agli effetti benefici dell'innovazione». Vasto programma, lui stesso lo sa, che richiede «una collaborazione fra generazioni diverse» e, *ça va sans dire*, una grande attenzione.

Se in questi «tempi eccitanti di cambiamento, di caos e di paura», i libri - come agenti di dubbi, di fatiche, di confronti, di lentezze - avranno ancora uno spazio e un ruolo, è da vedere. Nel panorama attuale la risposta non è scontata.



Emerge in ogni caso la capacità di romanzi e saggi non solo di accompagnare le evoluzioni della società italiana, ma in molti casi di precederle, di farsene talvolta perfino traino



040588

● ● ZIBALDONE



SANTE RODELLA
Figlia del tuo figlio
Sensioinverso, 2023
pp. 240, euro 16,00
Figlia di tuo figlio è un libro scritto da un professore di teologia, da un credente colto, che conosce l'arte della narrazione ma non ha pretese teologiche. Lo stile di Santa Rodella è piano e scorrevole, si presta a una lettura da parte di tutti, persino di un pubblico impreparato, del tutto a digiuno di nozioni teologiche. Fine ultimo dell'autore è la divulgazione, lo spunto riflessivo, la testimonianza su un mistero di fede, l'invito ad approfondire la conoscenza di Maria, donna e madre di Gesù. Una sfida, un'impresa difficilissima – come scrive Rodella – scrivere un libro su Maria, che ci racconta le figure di San Girolamo, Giovanni Damasceno, Agostino di Ippona, Tiedegarda di Bingen, Chiara di Assisi, Angela da Foligno, San Domenico, San Bonaventura, Santa Brigida di Svezia, Santa Geltrude, Teresa di Avila, San Giovanni della Croce, San Camillo de Lellis, Francesco di Sales, Alfonso Maria dei Liguori, Ireneo da Lione, Teresa di Calcutta. Nel libro trova si fa cenno alla presenza della madre di Gesù nella musica e nella letteratura italiana. Buono l'apparato bibliografico di riferimento. (Gordiano Lupi)



Parole di vita per la salute dell'anima e del corpo
Edizioni Gabriele, 2024
pp. 468, euro 16,50
Leggere questo libro è illuminante sotto tutti gli aspetti. Si basa su una rivelazione data dalla parola profetica nella nostra epoca, dal titolo *Causa e origine di tutte le malattie*, su correlazioni fondamentali mai avute prima d'ora, tra il cosmo e l'essere umano, tra lo Spirito e la materia. Affronta temi che ci riguardano, come l'origine delle malattie e da cosa dipende la salute. Certo non solo da fattori esteriori, ma anche dal nostro modo di vivere, dai pensieri, dal rapporto con il prossimo, che condizionano la nostra salute. Come si ripercuote il comportamento distruttivo degli esseri umani sulla natura, gli animali, sulla Terra intera e sulla nostra salute? Si scopre come tutto quello che emettiamo ci ritorna indietro, sia il positivo che il negativo. Il ruolo del sistema nervoso nell'insorgere di malattie e sciagure e come il comportamento negativo dell'umanità alteri le funzioni dei campi magnetici terrestri; che ogni nostro organo è vibrazione, colore e suono, che i quanti sono forze spirituali parziali, portatori di energia, e molto altro. (Umberto Fabiani)

Dietro le quinte del successo editoriale

MARIA ROSARIA GREFONE

Con il suo nuovo libro *#Operazione Bestseller*, Valentina Notarberardino ci accompagna in un viaggio affascinante dietro le quinte del mondo editoriale, cercando di svelarci i segreti che determinano il successo di un libro. L'autrice, che lavora nel settore editoriale da oltre quindici anni, offre una panoramica dettagliata della vita materiale e immateriale di un libro, dalla tipografia al comodino, dall'anonimato alle stelle, mettendo in luce l'importanza di considerare l'opera letteraria anche come un prodotto destinato al mercato. Il testo è arricchito da testimonianze di editori, librai, scrittori e critici di spicco - tra i quali Giuseppe Laterza, Mario Desiati, Nicola Lagioia, Paolo Di Stefano, Romano Montroni, Stefano Petrocchi e Giorgio Zanchini - che offrono un'ampia prospettiva sulle dinamiche editoriali. Attraverso curiosità, dati statistici ed esempi concreti, Valentina Notarberardino analizza i meccanismi che regolano il settore editoriale contemporaneo rispondendo a domande cruciali come quella sul perché certi libri abbiano la riuscita e altri no oppure spiegando come funzionano i premi letterari e i festival del libro e quale sia il ruolo delle recensioni e delle traduzioni nel determinare il successo di un'opera. Il saggio mette in luce la difficoltà di creare un successo editoriale a tavolino e sottolinea che sono davvero pochi gli autori che riescono a vivere solo di scrittura. Se premi prestigiosi come lo Strega possono fare decollare le vendite di un autore, questo non vale per la miriade di altri riconoscimenti presenti nella scena letteraria italiana. L'autrice osserva inoltre che oggi il parere dei tik tokker può avere un impatto maggiore sulle vendite di un libro rispetto alle recensioni tradizionali. La vastità degli argomenti trattati nel saggio è sorprendente ma l'autrice riesce a mantenere un equilibrio tra divulgazione e precisione dei dati forniti rendendo il testo accessibile anche ai non addetti ai lavori.



VALENTINA NOTARBERARDINO
#Operazione bestseller
Dietro le quinte del successo editoriale
Ponte alle Grazie, 2024
pp. 352, euro 19,90

CITTANUOVA.IT

12 aprile 2024

<https://www.cittanuova.it/operazione-bestseller-lultimo-libro-di-valentina-notarberardino/>

di **Edoardo Zaccagnini**

11 APRILE 2024 - FONTE: CITTÀ NUOVA



Esiste un segreto per portare un libro a diventare un bestseller? Qual è il vero motore del successo di un libro? Lo scopriamo nell'intervista alla scrittrice italiana Valentina Notarberardino.





Operazione Bestseller

A questo e a molte altre cose pensavo leggendo *Operazione bestseller* di Valentina Notarberardino, un manuale che come tutti i manuali è piacevole anche solo sfogliare, fermandosi qua e là dove la curiosità trattiene lo sguardo, appena mandato in libreria da Ponte alle Grazie. Notarberardino, che da anni lavora nel settore editoriale, è bravissima a ordinare voce per voce tutti i segmenti della filiera, e a snocciolare dati oggettivi che però sono in grado di suscitare una gragnola di riflessioni personali. A partire da quelle dei molti addetti ai lavori che vengono direttamente interpellati – da Nicola Lagioia a Stefano Petrocchi –, e che rendono il saggio, se ce ne fosse stato bisogno, ancora più leggero, divagante e divulgativo. Si va dalle classifiche di vendita ai premi letterari, dai festival fino alla comunicazione social, senza dimenticare i costi del libro e gli anticipi agli autori. Ogni aspetto del poliedrico mondo editoriale viene toccato, foss'anche per una sola pagina del trattatello.

DOMANI

9 luglio 2024

Pagina 1 di 2

Quotidiano
09-07-2024
Pagina 14
Foglio 1 / 2

Domani

Diffusione: 50.000



www.ecostampa.it

UN CAMBIO EPOCALE DI PARADIGMA

La dittatura delle fascette sui libri L'età della letteratura senza autore

Il monopolio editoriale globale ha consolidato un tipo di scrittura neutro, un super genere che li racchiude tutti
Operazione bestseller, un saggio di Valentina Notarberardino, scatta una foto implacabile della situazione

LUCA RICCI
scrittore

È sotto gli occhi di tutti che il monopolio editoriale globale — pochi gruppi e sigle e agenti dettano l'agenda letteraria mondiale — è andato scoprendo e consolidando un tipo di scrittura neutro, centrato molto sul "cosa" e poco sul "come" (l'agenda dei temi letterari è dettata puntualmente dalla società, ridotta a sua volta a tg, talk show, rotocalco politico), che fa della variazione narrativa l'unico comandamento da perseguire: una sorta di super genere che si muove trasversalmente rispetto ai generi convenzionali e che in qualche modo riesce a racchiuderli tutti, dal rosa al thriller, dal romanzo storico al fantasy. Quando si parla di bestsellerismo ci si riferisce a questo fenomeno, in grado di fare dei numeri pazzeschi su un mercato aperto, sovranazionale. Si parla di milioni di copie, quando la lettura è sempre stata un fenomeno elitario, che quasi mai ha riguardato le masse. Si potrebbe arrivare a dire, con un paradosso veritiero, che non si è mai pubblicato più di oggi e letto meno di oggi.

Operazione bestseller

A questo e a molte altre cose pensavo leggendo *Operazione bestseller* di Valentina Notarberardino, un manuale che come tutti i manuali è piacevole anche solo sfogliare, fermandosi qua e là dove la curiosità trattiene lo sguardo, edito da [Ponte alle Grazie](#). Notarberardino, che da anni lavora nel settore editoriale, è bravissima a ordinare voce per voce tutti i segmenti della filiera, e a snocciolare dati oggettivi che però sono in

grado di suscitare una gragnola di riflessioni personali. A partire da quelle dei molti addetti ai lavori che vengono direttamente interpellati — da Nicola Lagioia a Stefano Petrocchi — e che rendono il saggio, se ce ne fosse stato bisogno, ancora più leggero, divulgante e divulgativo. Si va dalle classifiche di vendita ai premi letterari, dai festival fino alla comunicazione social, senza dimenticare i costi del libro e gli anticipi agli autori. Ogni aspetto del poliedrico mondo editoriale viene toccato, foss'anche per una sola pagina del trattatello.

Bisogna vendere!

Tutto il libro ha come sottotesto un unico, martellante, imperativo, che trovo molto in linea con l'aria del tempo. Non si tratta di dispute artistiche o estetiche, di poetica o di qualità, ma tristemente di vendita. Fin dall'eloquente titolo, si capisce che tutto questo gran penare della filiera editoriale, tutto questo lavoro, nasce e si sviluppa per una cosa sola: centrare il bestseller, venderlo. Ogni altra questione non dico che sia esautorata dall'orizzonte culturale odierno, ma viene lasciata tristemente in secondo piano.

E allora, vediamo, cosa sarebbe questo benedetto bestseller? Notarberardino ce lo spiega subito, all'inizio: patti chiari e amicizia lunga. «A volte il termine è usato impropriamente, diciamo che in Italia nel 2023 un libro è un bestseller se vende dalle 50.000 copie in su». Una definizione che coincide con una cifra numerica, più chiaro di così... Ma il libro, se parte da una concezione bestsellerista, è già diventato qualcos'altro. L'industria si nasconde dietro la foglia di fico dell'intrattenimento: che male c'è in fondo

nell'intrattenimento? Inoltre, ed è vero, esiste un intrattenimento stupido ma anche un intrattenimento intelligente (il caso limite è il nostro più famoso bestseller all'estero, il colto e divertito *Il nome della rosa*).

Però la letteratura, anche quando vendeva poche centinaia di copie, è sempre stata d'intrattenimento. Per secoli, quando ancora non esistevano le soap opera né le sit-com né le fiction, tutto l'entertainment è ricaduto sulle spalle della letteratura. Chiunque legga Ionesco ad alta voce si diventerà da matti, oltre a riflettere sulla sostanziale assurdità della natura umana. Quando si parla di bestseller non è giusto quindi parlare solo d'intrattenimento, bensì di scritture da classifica, cioè di scritture di consumo che per essere appetibili devono giocare forza appiattirsi su altre forme di svago massificate. Ma non si tratta di giochi sperimentali di

contaminazione tra alto e basso,

tra modelli letterari e passatempo pop. Si tratta di prendere una scorciatoia che spesso ha fatto smarrire il cammino. Un libro dopo tre settimane è vecchio, la rotazione è implacabile, e l'unico crite-

rio estetico rimasto è, appunto, quello quantitativo: se vende è bello.

Un blurb gigantesco

In questa guerra alla copia in più, è normale che la filiera nevrotizzi competenze che prima erano importanti ma non fondamentali, e che oggi vivono quasi di vita propria. Con inversioni perniciose tra il fiume e i suoi affluenti. Non è più la comunicazione a servire il libro, ma il libro

040588

a servire la comunicazione. I famosi blurb, cioè le fascette promozionali, sono solo la punta dell'iceberg della pubblicità editoriale: ormai fanno quasi tenebre.

Nate per attirare l'attenzione proprio perché le si voleva come un elemento aggiuntivo dell'oggetto libro, adesso si sono inflazionate e non fanno più notizia. Il vero aspetto inquietante è che ormai tutto è diventato pubblicità: le recensioni sui giornali, spesso anche quelle che compaiono nei supplementi culturali più accreditati, somigliano sempre più a brochure degli uffici stampa, a depliant informativi. Non c'è più tempo né spazio per un'analisi, conta solo la lode o la stroncatura. Se si vuole, le terze pagine dei giornali si sono internettizzate, e i critici si sono messi a servizio degli acquirenti rilasciando stringati feed-back (allo stesso modo semplici lettori stanno colonizzando le quarte di copertina dei libri con i loro giudizi prelevati direttamente dalla rete). D'altronde è anche vero che per la maggior parte dei bestseller un'indagine critica rigorosa sarebbe, oltre che dannosa e fuorviante, accessoria.

Il cambio di paradigma

Mai come oggi abbiamo la possibilità di metterci in vetrina. Se nel passato i nostri orizzonti erano delimitati dalla realtà, da quei pochi o tanti rapporti che si potevano costruire nell'ambiente circoscritto del lavoro e del dopolavoro, adesso internet ci ha dato molto più di un quarto d'ora di celebrità. Per quanto riguarda i libri, bisogna dire che il marketing della rete è ancora più virale, e massicce campagne pubblicitarie vengono spacciate per innocenti passaparola partiti dal basso, dalla passione dei lettori.

Oggi la lettura da fatto privato si è trasformata in fatto pubblico. Si legge per poter dire di aver letto, basta farsi un giro su un qualsiasi social network per verificarlo. È normale quindi che tutti vogliano leggere il libro di cui si parla, quello che vende di più, perché così sarà più facile ottenere un'interazione nelle varie comunità virtuali, a discapito della bibliodiversità. Accanto a delle precise scelte editoriali non più di progetto e culturali, c'è un cambiamento di prospettiva storico e direi antropologico. Nella lettura, ancor prima che nella scrittura.

Il problema dell'autorialità

Tornando al bestseller e a quella che sarebbe corretto chiamare cultura bestsellerista, di cui, forse involontariamente, lo studio di Notarberardino rappresenta una foto impietosa quanto nitida, bisogna chiudere con il problema dei problemi, cioè quello dell'autorialità. Da una parte l'autore di bestseller fa di tutto per sparire dal testo, per portare in primo piano unicamente la storia (in modo che il suo lavoro si trasformi in una specie di libro pop up per adulti); dall'altra è importantissimo come firma, come brand per attirare la clientela.

Né la prima né la seconda circostanza riguardano ciò che classicamente s'intendeva per autore, cioè un artista in grado di gettare sulle cose un punto di vista originale, di raccontare il mondo attraverso uno stile (si pensi ai consigli di scrittura che Gustave Flaubert dava a Guy de Maupassant). Quindi per i bestseller si potrebbe parlare di letteratura senza autorialità. E tutto questo molto prima che il prompt di un'intelligenza artificiale qualsiasi mettesse in discussione lo statuto stesso di autore.

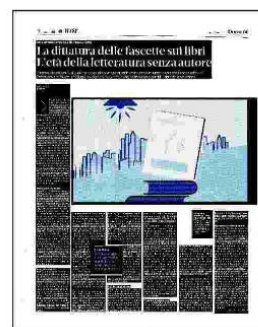
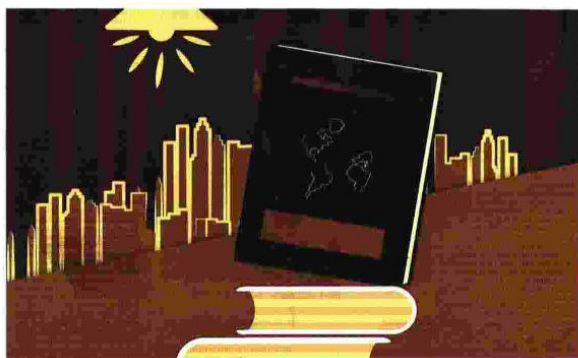
© RIPRODUZIONE RISERVATA

La lettura

Da fatto privato si è trasformata in pubblico. Si legge per poter dire di aver letto

«A volte il termine è usato impropriamente, diciamo che in Italia nel 2023 un libro è un bestseller se vende dalle 50.000 copie in su»

ILLUSTRAZIONE
PIXABAY



AGI

23 luglio 2024

<https://www.agi.it/cultura/news/2024-07-23/se-il-libro-e-diventato-un-prodotto-27212401/>

AGI   CERCA

CRONACA ESTERO ECONOMIA POLITICA INNOVAZIONE SALUTE SCIENZA LIFESTYLE CULTURA SPETTACOLO SPORT

Se il libro è diventato un prodotto



capitoli dedicati ai premi letterari, alle presentazioni, alla critica giornalistica e al lit-web. E chiunque provi l'onesto desiderio di porsi domande ha modo di farsi un'opinione realistica su come nascono - a volte - i suoi stessi personali gusti. Già dal titolo, il volume prova sfrontatamente a suggerire la sua idea portante di muta denuncia: la questione, signori, è semplicemente diventata vendere, senza più misteri di pulcinella o reticenze snob.



LETTERATITUDINENEWS

3 novembre 2024

<https://letteratitudinenews.wordpress.com/2024/11/03/operazione-bestseller-di-valentina-notarberardino-ponte-alle-grazie/>

The screenshot displays the LetteratitudineNews website interface. The header includes the site name and a navigation menu with categories like 'Autoracconti d'Autore', 'Incontri con gli autori', 'Recensioni', 'Interviste', 'Eventi', and 'Brani ed estratti'. A secondary menu lists various literary genres and topics. The main content area features an article titled 'OPERAZIONE BESTSELLER di Valentina Notarberardino (Ponte alle Grazie)' dated November 3, 2024. The article's introduction discusses the success of certain books and the challenges of the publishing industry. A colorful graphic with the text '# OPERAZIONE BESTSELLER' and 'DIETRO LE QUINTE DEL SUCCESSO EDITORIALE' is prominently displayed. The article is attributed to Massimo Maugeri. On the right side, there is an RSS feed link, a search bar, a language selection dropdown, and a Google Translate widget. The footer includes a 'Letteratitudine Blog' section and an 'Abbonati' (Subscribe) button.

TELEVISIONI E RADIO

TERZA PAGINA TV2000

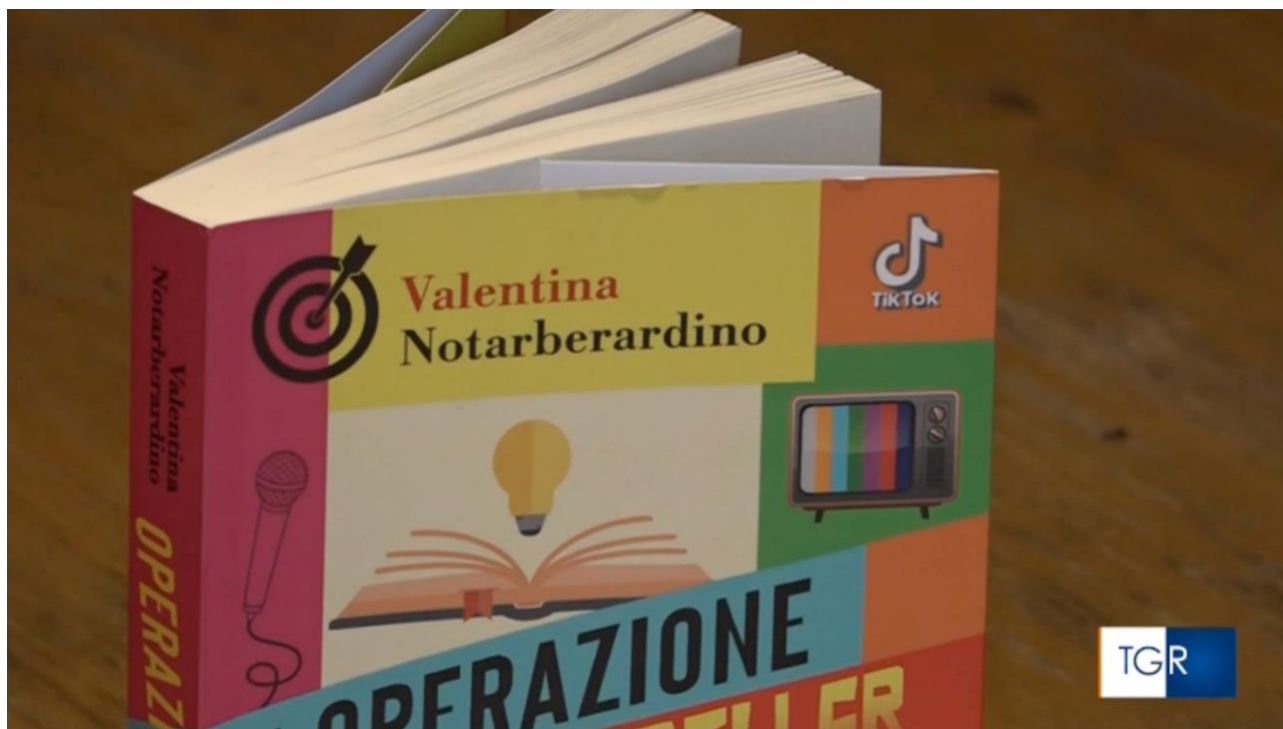
27 febbraio 2024

<https://www.tv2000.it/tg2000/video/a-terza-pagina-valentina-notarberardino-e-puccini-a-fumetti/>



PETRARCA RAI 3

4 maggio 2024



ALICE RSI

24 febbraio 2024

<https://www.rsi.ch/rete-due/programmi/cultura/alice/%E2%80%9COperazione-Best-Seller%E2%80%9D--2078165.html>

Menu

Cerca

RSI

Guarda

Ascolta

Audio e Podcast

Prima paginaProgrammiTematiche



ALICE

"Operazione Best Seller"

Con Valentina Notarberardino al microfono di Michele R. Serra

24.02.2024 • 15 min • Michele R. Serra • [ponteallegrazie.it](https://www.ponteallegrazie.it)

⏸ ⏮ 10 30 ⏭ 🔊

0:58 / 15:36

1.0x

RAICULTURA.IT

25 febbraio 2020

<https://www.raicultura.it/letteratura/articoli/2024/02/Valentina-Notarberardino-Operazione-bestseller-070cf238-1fd5-458e-8c11-fbcaa1b6907b.html>

Approfondimenti

Valentina Notarberardino, Operazione bestseller

Dietro le quinte del successo editoriale



RSI ALPHAVILLE

28 marzo 2024

<https://www.rsi.ch/rete-due/programmi/cultura/alphaville/Come-si-costruisce-un-bestseller--2110099.html>

erca

RSI

Guarda

Ascolta



ALPHAVILLE

Come si costruisce un bestseller

Quale percorso fa un libro di successo?

28.03.2024 • 24 min • Lina Simoneschi Finocchiaro • iStock

«10 30» 🔊

0:00 / 24:05

1.0x

Disponibile su

Scarica

Nel 2012 usciva «La Vérité sur l'affaire Harry Quebert» il primo grande successo di **Joël Dicker**, tradotto in 40 lingue, con 5 milioni di copie vendute. Il suo ultimo libro "Un animale selvaggio", è già destinato a diventare un **bestseller**. In occasione dell'uscita dell'edizione italiana (Nave di Teseo, traduzione di Milena Zemira Ciccimarra) ci siamo chiesti: Quale percorso fa un libro di successo? Chi lavora dietro le quinte alla costruzione di un bestseller?

Opiti della puntata: **Antonio Franchini**, scrittore e curatore editoriale, e **Valentina Notarberardino**, autrice ed esperta di comunicazione nel settore editoriale.

NON È UN PAESE PER GIOVANI RADIO 2

15 febbraio 2024



PRENDILA COSÌ RADIO 2

3 febbraio 2024

<https://www.raiplaysound.it/audio/2024/02/Prendila-Cosi-del-03022024-0c597011-f42d-42de-bf33-d81d5cec4a50.html>

RADIO DEEJAY IL BOSS DELWEEKEND

4 febbraio 2022

<https://www.deejay.it/programmi/il-boss-del-weekend/puntate/il-boss-del-weekend-del-04-02-2024/>

I MIRACOLATI RADIO CAPITAL

6 febbraio 2024

<https://www.capital.it/programmi/i-miracolati/puntate/le-mattine-pt-1-i-miracolati-del-06-02-2024/>

LA FAMIGLIA GIÙ AL NORD RTL

10 febbraio 2024 | RTL

<https://play.rtl.it/podcast/1/la-famiglia-giu-al-nord/puntata-del-10-febbraio-2024/106973/>

FAHRENHEIT RADIO 3

16 febbraio 2024

SLAH RADIO

13 febbraio 2024

<https://fb.watch/qd-4tR0VC9/>

PODCAST DI PLAY BOOKS – RAI PLAY

25 luglio 2024

<https://www.raiplaysound.it/audio/2024/07/I-podcast-di-Play-books-Ep73-Vecchi-e-nuovi-editori--2ce2e37f-9d93-4ae9-b8d0-8e2dea0608a6.html>

RADIOLUNA.IT

3 febbraio 2024

<https://www.radioluna.it/news/2024/02/loperazione-bestseller-di-valentina-notarberardino/>