

—| **Gli editor** Così si sfrutta il fenomeno |—

«Il mercato lo fa “lei”, e il marketing fa il resto»

Avanzini (**Newton** Compton): «La chick-lit tira, e noi la cavalchiamo»

«**C**olpevole» di aver riportato la letteratura femminile di genere ai primi posti delle classifiche con un nome italiano come quello di Federica Bosco - mezzo milione di copie vendute con tutti i suoi titoli e finalista 2010 al Bancarella - è Raffaello Avanzini di **Newton** Compton, che sulla monopolizzazione potenziale del mercato editoriale da parte delle lettrici dice: «Abbiamo sempre creduto che la lettura sia al femminile, soprattutto per quanto riguarda la narrativa. Tanto che negli ultimi anni abbiamo lanciato l'autrice italiana più vicina alla chick-lit inglese che è appunto la Bosco. E i nostri quattro titoli più venduti per quanto riguarda la narrativa straniera sono tutti “femminili”: i due *Tiffany* di Hill e Swan, la *Bratley* e *Il diario proibito* di *Maria Antonietta* di Juliet Gray. Questi successi sono frutto di un preciso studio del mercato editoriale straniero e italiano».

Conferma il concetto Oliviero Ponte di Pino, che al comando delle scelte editoriali di Garzanti, e con il braccio destro Elisabetta Migliavada alla narrativa straniera, ha portato in Italia in brevissimo tempo casi editoriali come Vanessa Diffenbaugh, Clara Sanchez, Ruta E. Sepetys e Kim Edwards, con cui ha fatto decollare la letteratura femminile “up market”: «Garzanti ha avuto successo con tanti romanzi femminili che però non sono di genere. Insomma, è vero che le donne leggono di più, ma non si tratta di letteratura rosa, bensì di libri che affrontano temi importanti. Si potrebbe dire che la forbice di lettrici si allarga perché le donne sono più intelligenti e sensibili, in questo momento si pongono più domande dei maschi e raccontarsi storie è sempre un buon modo per risponderci, Ma sarebbero banalità... Quello che è vero è che oltre ad essere lettrici e autrici forti, hanno occupato anche un terzo uo-

lo nell'editoria: quello di opinion leader. Spesso i maschi oggi, per scegliere un libro, “passano” dai consigli femminili, mentre una volta era il contrario».

Di parere opposto è Maria Paola Romeo, già responsabile di Harlequin Mondadori, oggi socia dell'Agenzia letteraria Grandi&Associati e ideatrice di Emma Books (omaggio alla Emma di Jane Austen), la nuova sigla solo ebook che pubblica romanzi e racconti inediti di autrici note: «Che il mercato detti legge vale per la narrativa di genere, non per la letteratura alta, dove se il lettore è uomo o donna poco importa. Garzanti e **Newton** Compton hanno saputo vendere rivolgendosi a un segmento ben preciso: la letteratura di intrattenimento. La motivazione dello *spread* tra lettori e lettrici? Forse non sono aumentate le donne, ma diminuiti i maschi. Che si fanno più volentieri “distrarre” dalle nuove tecnologie».

SVit

