

DM IN PRATICA

Si chiama selfpublishing. Si traduce: niente più bozze da spedire alle case editrici, niente più attese interminabili. Tocca a te confezionare e promuovere le tue opere. Qui ti spieghiamo come

di LINDA MARINO scrivi a dminpratica@mondadori.it

SE AMI SCRIVERE, DIVENTA L'EDITORE DI TE STESSA



Publicare e vendere da sola un libro che hai scritto tu: ti sembra un sogno? Oggi è una realtà che coinvolge non solo i giovani emergenti ma anche gli scrittori affermati che tengono alla propria indipendenza. L'idea è quella di proporre opere in formato e-book (cioè digitale) su siti e piattaforme online, senza investimenti iniziali rilevanti e senza l'intermediazione di una casa editrice. In inglese si chiama "selfpublishing" (cioè "autopubblicazione") ed è stato utilizzato perfino dalla scrittrice E.L. James, l'autrice di *Cinquanta sfumature di grigio*, che non trovando un editore aveva messo la trilogia in vendita online. E perfino un divo di Hollywood, l'attore Jim Carrey, ha deciso di autopubblicare il suo libro per bambini *How Roland rolls*, che insegna a superare le paure personali attraverso la storia di un'onda dell'Oceano. Ma il selfpublishing è una vera opportunità per mettersi in luce? E quali svantaggi comporta? Secondo l'Aie, l'Associazione italiana editori, si tratta di un fenomeno in continua ascesa: nel giugno del 2013 gli e-book autopubblicati nel nostro Paese erano 3.500, pari al 5% di tutti i libri digitali in distribuzione. Con un innegabile vantaggio rispetto all'editoria tradizionale: all'autore spettano royalties

tra il 30 e l'80% del prezzo, contro l'8% del settore classico. Inoltre, bastano pochi click e la tua opera è online in tutto il mondo. Ma se scegli questa strada non devi dimenticare un grosso ostacolo: dovrai fare tutto da sola, dalla scelta del titolo fino alla promozione. Per questo abbiamo chiesto agli esperti del settore di regalarci i loro consigli furbi.

PARTI CON IL GENERE GIUSTO

«Oggi i generi più gettonati sono i romanzi, i thriller e i racconti di fantascienza» spiega Alessio Santarelli, responsabile europeo della libreria digitale Kindle Store di Amazon. Si tratta di un'indicazione preziosa per provare a conquistare fin da subito le preferenze del pubblico. Ma non temere. Se il tuo elaborato non rientra in queste tre categorie, può comunque trovare i suoi estimatori. «Nell'ultimo anno» spiega Antonio Tombolini di Narcissus.me, piattaforma di selfpublishing tutta italiana «stiamo assistendo a un ampliamento di questo fenomeno a tutti i generi, compresa la saggistica: storiografia, biografie, e perfino pubblicazioni tecnico-scientifiche molto specialistiche. C'è poco mercato, invece, per i libri

Preferisci la carta? Con il servizio "print on demand" Mauro Morellini Editore ti dà la possibilità di stampare anche solo una copia del tuo libro: copertina e personalizzazione sono a costo zero (www.morellineditore.it).

fotografici o illustrati che rendono meglio nel formato cartaceo e per ora non piacciono in e-book». Mentre scrivi, ricorda che fra gli elementi da tenere sotto controllo c'è anche il numero di pagine: «Non si può indicare una misura minima o massima» spiega Edoardo Brugnattelli, direttore del portale Scrivo.me di Mondadori «ma è sempre meglio togliere che aggiungere. Con un libro troppo corposo rischi di annoiare il lettore». Prima di mettere la parola fine alla stesura definitiva, è fondamentale un accurato lavoro di editing, una revisione del testo che elimini tutti gli errori di battitura o di ortografia.

COMPLETA LA TUA IDEA

Dopo averlo finito, pensi di vendere il tuo libro una copia dopo l'altra? Sbagliato. Il vero lavoro deve ancora cominciare. Perché con il selfpublishing sei anche l'editore di te stessa:

«Quindi devi essere preparata a compiere una serie di altre scelte e a curare diversi aspetti» avverte Santarelli. «Per esempio, dovrai trovare una copertina accattivante che catturi immediatamente l'attenzione, perché è il primo impatto quello che conta. Ci sono piattaforme che te ne offrono alcune, ma puoi sempre rivolgerti a un grafico professionista che ne crei una apposta per te. Stai attenta, invece, a non utilizzare foto di cui non conosci la provenienza: potresti violare le norme di copyright».

SELEZIONA LA "LIBRERIA"

È arrivato il momento di decidere su quale piattaforma autopubblicarti. Kindle direct publishing di Amazon, Lulu.com, Smashwords.com, Kobo writing life, Narcissus.me, Ilimiolibro.it sono le più note: siti sicuri, di cui puoi fidarti.

«Se scegli altri portali, accertati che consentano al tuo libro di essere distribuito su tutte le librerie online esistenti» raccomanda Tombolini. «E diffida se pretendono la cessione dei diritti d'autore, che invece spettano a te. Verifica anche la presenza del cosiddetto servizio di "screenshot" o "demo", per poter monitorare le vendite in tempo reale». A questo punto non ti resta che fissare il prezzo. «In Italia la cifra è libera» ricorda Brugnattelli «ma è opportuno che sia più bassa rispetto ai volumi cartacei». Per un'opera prima è meglio attestarsi fra gli 0,79 e i 2,99 euro in modo da attrarre lettori. Controlla infine il meccanismo delle royalties: su alcuni siti, diminuiscono all'aumentare del prezzo stabilito.

PENSA ANCHE AL MARKETING

Non è ancora finita: proprio perché il settore è in espansione, per evitare che il tuo libro passi inosservato, lo devi promuovere.

Scrivi agli amici una mail con una stringata sintesi dell'opera (massimo 150 caratteri), numero di pagine, prezzo, e pregali di diffonderla ai loro contatti. «Usa anche i social network» aggiunge Leonardo Patrignani di Scrivo.me «ma non in modo indiscriminato: a nessuno piace ricevere messaggi fastidiosi. Piuttosto, crea contest online per far circolare il titolo del tuo libro e dare la possibilità a qualche fortunato di leggerlo gratis. Ringrazia chi ti loda e non polemizzare con chi ti critica». Una promozione fatta bene è il presupposto per il successo.

E C'È ANCHE CHI PASSA ALLA CARTA



Sara Tessa, 38 anni, milanese, è il fenomeno editoriale degli ultimi mesi, con 70.000 copie di tiratura e sette edizioni cartacee del suo *L'uragano in un batter d'ali* (che in e-book aveva già venduto 15.000 copie).

Tutto è cominciato quando ha perso il lavoro, nel 2012: mentre inviava curricula ovunque, autopubblicava due romanzi fantasy. Poi, nel 2013, la svolta: sempre con il selfpublishing nasce un romanzo d'amore, e il consenso è immediato. «In

meno di una settimana *L'uragano in un batter d'ali* era in cima alle classifiche» rivela ancora incredula. Dopo un mese viene contattata dalla Newton Compton, che acquista i diritti del libro e lo pubblica in edizione cartacea.

Quali consigli dai alle scrittrici emergenti?

«Quello di allenarsi ogni giorno, sciogliere la mente e le dita. All'inizio sarà un po' difficile, ma poi è normale lasciarsi prendere dalla trama e spiccare il volo».

Quante pagine bisogna scrivere al giorno?

«Non esiste una ricetta universale. Io scrivevo un capitolo, circa 15-20 pagine».

Ci sveli i segreti del tuo successo?

«Non li ho ancora capiti! Forse, visto che non sono una professionista, ho utilizzato parole in cui le lettrici si sono riconosciute».

WWW.DONNAMODERNA.COM 135