

## STRATEGIE EDITORIALI



Luigi Ghirri, «Marina di Ravenna» (1986) da «Il profilo delle nuvole»

→ **IL caso** Longanesi lancia l'ultima fatica di John Stephens non come «un» libro ma come «il» libro

→ **Gadgets & co** Una brochure orgasmica: è già in vendita la scatola, manca ancora il contenuto

# Il romanzo? Ormai è un pop-up Ossia, il dominio del marketing

È un caso in cui le strategie di marketing editoriale finiscono per soffocare il libro da vendere... vedi il lancio dell'«Atlante di Smeraldo». Ma non sarà che si spezza l'incanto che lega il lettore all'opera letteraria?

**CHIARA VALERIO**

ROMA  
SCRITTRICE

«17 marzo 2010, ore 22. Uno dei maggiori agenti italiani riceve un dattiloscritto. È una serata come tante, ma ancora non sa che la routine verrà stravolta da questo libro. Una volta aperto il file, gli occhi

scorrono veloci sullo schermo del computer e smettere di leggere sembra quasi impossibile. 18 marzo 2010, ore 10.20. L'agente invia una mail alle maggiori case editrici italiane, definendo il dattiloscritto in oggetto non «un libro» ma «il libro», quello che tutti gli editori vorrebbero avere nel proprio catalogo e che tutti i librai vorrebbero avere sullo scaffale della propria libreria. Ore 10.22. La casa editrice Longanesi inizia a leggere il dattiloscritto. Il consenso è unanime. Il libro ha in sé una tale forza dirompente, un intreccio narrativo così potente e sapiente costruito che è impossibile non rimanere catturati nella tela intessuta

dell'autore. Il Libro deve essere un libro Longanesi. (...) Aprile - Novembre 2010. Mentre John Stephens mette a punto gli ultimi dettagli del romanzo, gli editori di tutto il

**Entusiasmi**  
«Un libro dal potere immenso e oscuro... dev'essere nostro!»

mondo dell'Atlante di Smeraldo si preparano a un lancio in grande stile, praticamente in contemporanea mondiale... e la storia prosegue, in tutte le librerie, ad Aprile 2011».

19 Aprile 2011, ore 16.30. Al'Unità decidiamo di aggiungere un punto a questa cronologia e così scorriamo voracemente la Brochure consuntiva delle promozioni suddivisa, nell'ordine, nei seguenti punti «L'entusiasmo dell'editore», «Il giudizio unanime», la cronologia del «caso editoriale», «la trama», «l'autore», «i protagonisti», «i coprotagonisti», le pagine centrali con un pop-up raffigurante una emisfera armillare culminata da una divinità vagamente indù e il cui cerchio equatoriale è tempestato di gemme verdeggianti che spunta solerte e avvenente appena si sfogliano proprio quelle pagine, «le iniziative promozionali (kit