



Informazioni

Articolo scritto il 23 lug 2013, si trova in [Interviste](#).

Tag

[66thand2nd](#)

Intervista a Isabella Ferretti – 66thand2nd

a cura di [Emanuela D'Alessio](#) e [Sabina Terziani](#)

Proseguono le interviste di Via dei Serpenti con **Isabella Ferretti**. Nel 2009 ha fondato insieme a Tomaso Cenci [66thand2nd](#). La casa editrice risponde alla crisi con nuovi investimenti: 20-25 libri l'anno tra il 2014 e il 2015, ampliamento della struttura editoriale, nuovi progetti e nuove collane. «Di questi tempi non si può rimanere inerti e sperare di sopravvivere: o provi a crescere o sparisce, non c'è alternativa».



Isabella Ferretti

Che cosa vuol dire oggi essere un editore? In tempi di metamorfosi digitale per l'editoria, di self-publishing dilagante, di rivoluzione e crisi dell'intera filiera?

Per 66thand2nd il digitale è un'opportunità. Il mercato italiano ha una conformazione tale per cui l'editoria digitale, che non ha ancora un volume tale da cannibalizzare la vendita del cartaceo, non è la principale

difficoltà per un piccolo editore. Lo è, invece, la struttura tradizionale del mercato librario, la cui conseguenza ultima è il fatto che un editore come 66thand2nd non riesce a raggiungere la visibilità minima in libreria, e su questo incide adesso anche la crisi economica. Quando abbiamo lanciato la casa editrice, tra l'ottobre e il novembre del 2009 (neanche quattro anni fa), potevamo contare sull'affezione dei librai indipendenti che costituivano più della metà del nostro fatturato. Questo tipo di librai è naturalmente più ricettivo verso un prodotto come il nostro, mentre le librerie di catena risentono della grande pressione di fare profitto. Ora assistiamo alla rarefazione delle librerie indipendenti: questo diradarsi ha provocato un contraccolpo non indifferente per molti editori, che soffrono le politiche delle grandi catene retail, soprattutto della centralizzazione degli acquisti. In passato, il direttore del singolo punto vendita poteva scegliere in autonomia cosa comprare e dunque appassionarsi a un editore e dargli continuità, aiutandolo così a fortificare il marchio presso il pubblico. Oggi le librerie di catena comprano pochissime copie di un titolo, il consumatore fa fatica a trovarlo, a ogni uscita bisogna riguadagnare la fiducia del buyer, le vendite stagnano e il risultato è che si stabilisce una sorta di record negativo per cui alcuni editori non riescono a superare un certo livello di vendita se non con enorme fatica e lavoro titanico. Al contrario, non ci accorgiamo di vendere in una giornata decine di copie di un ebook.

Quanto al self publishing, appare quasi come un fenomeno voyeurista. In Italia, rispetto ad altri paesi, esiste una forte aspirazione a diventare scrittori. La nostra casa editrice, pur essendo piccola, riceve un numero di manoscritti cospicuo, soprattutto per la collana Attese, dedicata allo sport, in un paese in cui gli aspiranti autori amano scrivere di calcio. Spesso riceviamo manoscritti che non hanno attinenza con la nostra linea editoriale e la quasi totalità è destinata a non essere pubblicata per via della scarsa qualità narrativa. Il self publishing rappresenta un canale valido per coloro che desiderano pubblicare a ogni costo. Il fatto che il mercato venga inondato da prodotti scadenti dovrebbe far emergere la qualità dei prodotti più validi e, di conseguenza, premiare il lavoro degli editori che puntano sulla qualità. Non temiamo che il self publishing porti al decadimento del gusto del lettore, che al contrario può essere provocato dall'imposizione di certi libri al top delle classifiche e dalla relativa risonanza mediatica. Aumentare l'offerta significa responsabilizzare i lettori chiedendogli di scegliere e costringere gli operatori culturali a migliorare l'offerta.

Articoli recenti

[Intervista a Isabella Ferretti – 66thand2nd](#)
23 lug 2013

[INDILIBR\(A\) – Marcovaldo: il libro più venduto a luglio](#)
17 lug 2013

[INDILIBR\(A\) – Marcovaldo: il libro consigliato a luglio](#)
16 lug 2013

[INDILIBR\(A\): la libreria Marcovaldo – Intervista a Simone Luciani](#)
15 lug 2013

[INDILIBR\(A\) – Pagina 348: le iniziative di luglio](#)
04 lug 2013

Commenti recenti

[Intervista a Isabella Ferretti – 66thand2nd | Via dei Serpenti su Inutili fuochi – Raffaella R. Ferré](#)

[Intervista a Isabella Ferretti – 66thand2nd | Via dei Serpenti su Salvatore Scibona – La fine](#)

[Intervista a Isabella Ferretti – 66thand2nd | Via dei Serpenti su La mancanza di gusto – Caroline Lunoir](#)

[Intervista a Isabella Ferretti – 66thand2nd | Via dei Serpenti su Chi siamo](#)

[INDILIBR\(A\) – Marcovaldo: il libro più venduto a luglio | Via dei Serpenti su INDILIBR\(A\), la nuova rubrica per librai e lettori indipendenti](#)

Per le case editrici può essere un modo per scoprire nuovi talenti?

Per noi non è così. La nostra dimensione è tale per cui ogni libro viene curato in ogni suo aspetto, anche insieme all'autore. Con la nuova collana, **Vite inattese**, 66thand2nd spinge lo scouting nell'ambito della letteratura sportiva verso il genere anglosassone del memoir di pregio letterario, dedicato a grandi personaggi e a memorabili vicende di sport. Finora avevamo saggiato il terreno con due titoli: *Hurricane* di James S. Hirsch e *Il mio nome è Jackie Robinson* di Scott Simon, con ottimi esiti anche presso i lettori. Avevamo voglia di pubblicare delle storie che ci appartenessero, così abbiamo proposto ad alcuni autori italiani di scrivere per noi storie di sport che avevano dentro e che facevano parte allo stesso tempo dell'immaginario sportivo di 66th. A ottobre, per esempio, pubblicheremo un libro di Emanuele Tonon su Marco Simoncelli. La cosa bella è avere un poeta come Tonon che si cimenta nella scrittura sportiva, trasponendo in questo ambito il lirismo e la sensibilità che gli sono propri.

Perché siete andati a New York e perché siete tornati?

Tomaso Cenci e io siamo andati a New York per lavoro, per ragioni completamente diverse dall'editoria e dal mondo editoriale, e lì abbiamo scoperto libri e autori che ci sembravano poco noti in Italia. Ci siamo avvicinati in particolare a due generi: la letteratura sportiva e quella di "melting pot", che spesso viene etichettata in maniera semplicistica "letteratura migrante", definizione nella quale non ci riconosciamo. Avviare un'azienda editoriale in America – lontano dal mercato di riferimento – era impensabile. Quando siamo tornati in Italia si sono avverate alcune condizioni favorevoli che hanno portato alla creazione di 66thand2nd e in questo nome abbiamo voluto trasmettere la gratitudine per i luoghi che ci hanno fornito l'idea e l'ispirazione per dare vita alla nostra casa editrice.



Quali difficoltà avete trovato in Italia? Quali vantaggi?

Bisogna distinguere tra la fase di start up che qualunque azienda agli inizi deve affrontare in qualunque settore e le sfide poste dal comparto editoriale nello specifico. Per quanto riguarda il primo punto, avviare una casa editrice è più semplice che avviare aziende in altri settori merceologici perché non si tratta di un business *capital intensive*, che richiede subito l'investimento di grosse somme di denaro. Paradossalmente, acquistare i diritti di un libro non costa molto di più di una borsa o un abito firmato. Così anche i costi di partecipazione a manifestazioni e fiere non costituiscono una

barriera all'entrata. Considerata la nostra estrazione (entrambi i fondatori sono avvocati), abbiamo compilato una lista di cose da fare – la cosiddetta check-list – con l'aiuto di un consulente editoriale, lo studio Oblique di Leonardo Luccone, Giuliano Boraso e Elvira Grassi, e abbiamo cominciato a lavorarci. I problemi sorgono nella fase successiva, quella in cui bisogna guadagnare spazio in termini di riconoscibilità della casa editrice presso il pubblico e vendere. Fin dall'inizio abbiamo dedicato molta energia alla promozione e all'immagine e abbiamo ottenuto una riconoscibilità presso gli addetti ai lavori degna di case editrici più grandi e con una storia più lunga della nostra. Purtroppo però alla visibilità stampa non corrisponde un pari volume di vendite, sicuramente a causa della crisi che colpisce tutti ma anche per la descritta conformazione del mercato. Indubbiamente la verticalizzazione integrata dei ruoli di editore, distributore e retailer, presente in alcuni gruppi editoriali, ha un impatto distorsivo del mercato. Come già detto, alcuni libri rimangono bloccati con poche centinaia di copie di prenotato, che non consentono a noi come ad altri editori di ottenere la soglia di visibilità minima in libreria, e siamo perciò costretti a trovare soluzioni alternative. In questa situazione, anche avere una buona piattaforma e-commerce conta e aiuta a recuperare vendite. 66thand2nd ha creato un bookstore nell'ambito di un completo restyling del sito, con la possibilità di comprare abbonamenti, libri e card da regalare, nel tentativo di accontentare i tanti lettori che ci scrivono perché non riescono a trovare i nostri volumi in libreria. Speriamo che la

qualità del nostro prodotto, unitamente alla ricchezza di contenuti del sito e alla varietà delle offerte commerciali, crei una community 66thand2nd di lettori entusiasti e fedeli!

Quali sono i piani per il futuro?

Il nostro business plan prevede un aumento della produzione pari al 50% in due anni. Vorremmo, infatti, raggiungere tra il 2014 e il 2015 la soglia di “sostenibilità” che si assesta tra 20-25 uscite annue. Per realizzare questo obiettivo ci siamo dotati di una infrastruttura interna per consentire alla società di compiere il salto, struttura che include: una direzione editoriale che si aggiunge all’attività di direzione, generale e editoriale, degli editori, una direzione grafica, una nutrita redazione e un ufficio stampa, un responsabile commerciale. Quanto ai progetti, sono tanti. Abbiamo lanciato la nuova collana **Vite inattese** per attirare appassionati di sport diversi da quelli legati alla collana Attese – il cui denominatore comune è il romanzo letterario a sfondo sportivo (cfr. *Il campione* di David Storey o *Il colosso d’argilla* di Budd Schulberg) – grazie ad avvincenti storie di sport raccontate da firme italiane o straniere. *La strada del coraggio*, per esempio, libro tributo su Bartali uscito alla fine di maggio, scritto in maniera avvincente e rivolto a un pubblico esteso, si sofferma su un aspetto particolare della vita di Ginettaccio, ovvero il suo ruolo di salvatore degli ebrei durante la Seconda



guerra mondiale, vicenda ancora poco nota ai più. È appena uscito anche *Terribile splendore*, di Marshall Jon Fisher, la storia del tennista tedesco Gottfried von Cramm, un giocatore che raggiunse l’apice della carriera all’epoca del nazismo, biondo, aristocratico e segretamente gay. Finché vinse una partita dopo l’altra poté assecondare le sue inclinazioni senza pericolo per la vita anche grazie ai continui viaggi all’estero, ma la sconfitta sul campo segnò la sua rovina. Siamo nei dintorni di *Open* di Agassi come qualità di scrittura ma con una cornice storica e narrativa molto più potente. Nel 2014 vedremo l’uscita di tre libri importanti per Vite inattese, dedicati a personaggi dello sport di caratura immensa: Marco Pantani, Ayrton Senna e Maradona.

Nel momento in cui si parla di decrescita nell’editoria, come si pone la vostra casa editrice?

La nostra risposta alla crisi è l’investimento. Abbiamo una formazione che ci spinge a fare impresa per creare lavoro e rilanciare nel nostro piccolo l’economia: incamerare maggiori risorse finalizzate all’aumento dell’output è il primo passo per il salto di qualità a livello aziendale. Già in questi primi mesi del 2013, l’investimento ha pagato in termini di incremento delle uscite, maggiore e più costante presenza sui social network, partecipazione a fiere ed eventi in varie località, gestione del bookstore 66thand2nd. In questo momento non tutti sono in grado di aumentare l’offerta, di investire. La maggior parte degli operatori o chiude o contrae la produzione. Il vantaggio di essere gli “ultimi” in ordine di tempo è quello di non essere ancora usurati e mantenere una situazione finanziaria sana. Effettuare un investimento in questa fase significa occupare spazi che vengono lasciati liberi, con la speranza di guadagnare posizioni ma anche di dare continuità alla filiera generale, in libreria o presso festival e manifestazioni. Di questi tempi non si può rimanere inerti e sperare di sopravvivere: o provi a crescere o sparisce, non c’è alternativa. Naturalmente, investire significa prendere dei rischi. Tra due o tre anni faremo un bilancio dei risultati della strategia aziendale e vedremo se avrà senso continuare o lasciar perdere. Roberto Calasso, in occasione dell’uscita del suo libro *L’impronta dell’editore*, ha avuto modo di ribadire che l’editoria è un business in cui è facilissimo perdere soldi. Poi c’è anche chi riesce ad arricchirsi, ma le nostre scelte editoriali tradiscono il fatto che abbiamo altri obiettivi. Non subire perdite e far girare capitale per continuare a fare cose belle e creare un indotto che faccia prosperare le professionalità che ruotano attorno alla casa editrice è per noi già un traguardo di per sé.

Quante persone lavorano in casa editrice?

Dal settembre 2012 abbiamo affidato la direzione editoriale a Leonardo Luccone dello Studio Oblique. Giuliano Boraso e Elvira Grassi dello stesso Studio Oblique sono,

rispettivamente, gli editor della collana Attese (e Vite inattese) e Bazar. Il caporedattore è Maria Eleonora Cucurnia, con noi fin dalla fondazione della casa editrice, coadiuvata da Michele Martino, redattore senior, attivi anche nel ruolo di editor. Marco Scognamiglio ha occupato di recente la posizione di ufficio stampa e presidia il fronte insieme a Francesca Ciarcianelli, responsabile della comunicazione. 66thand2nd offre tradizionalmente stage retribuiti. Da giugno è con noi Francesca Lenti, coinvolta in tutta la filiera produttiva, con un focus speciale sui social network. Silvana Amato è da sempre il nostro Art Director, coadiuvata da Marta Biddau. Dal 2012 lavora con noi anche Sabrina Ranucci in qualità di responsabile commerciale.

Dopo la recente inchiesta sull'editoria invisibile e le ispezioni a sorpresa in alcuni gruppi editoriali il tema del precariato nell'editoria assume nuova urgenza. Forse tocchiamo un tasto dolente?

Non per noi. Abbiamo iniziato con l'aspirazione di fornire lavori stabili ai nostri collaboratori. La durezza della casa editrice è legata alle persone che con la loro permanenza creano una storia condivisa. Chi non ha incompatibilità di varia natura, è legato a 66thand2nd da contratto a tempo indeterminato. Gli stage sono sempre stati retribuiti.

Passiamo ai temi cari alla casa editrice. Perché siete partiti con il tema dello sport e del melting pot?

66thand2nd si è affacciata sul mercato nel 2009. All'epoca il progetto editoriale ruotava attorno a due collane, **Attese** e **Bazar**. Entrambi gli editori amano lo sport: giocato, vissuto, guardato, e negli Stati Uniti abbiamo letto libri di grande letteratura sportiva. Tomaso Cenci è anche un grande conoscitore delle statistiche sportive e delle alterne vicende di vita dei grandi campioni. Siamo appassionati di baseball, sport particolarissimo e poco conosciuto in Italia, che ci è sembrato il giusto punto di partenza per la collana: il baseball è lo sport di attesa per eccellenza. **Bazar** nasce invece da un gusto letterario, formato nel periodo di vita all'estero, influenzato da autori come Zadie Smith con il suo *Denti bianchi*. Vivere in prima persona l'esperienza di doversi integrare in un paese straniero, tra costumi e tradizioni diversi dal proprio luogo di origine, avvicina a questo tipo di letteratura e più in generale apre la mente alle implicazioni del melting pot culturale. Anche la collana **Bookclub** deriva da esperienze compiute fuori dall'Italia. Negli Stati Uniti e in Inghilterra è comunissimo far parte di gruppi di lettura, composti di amici che s'incontrano a cadenza regolare per discutere di libri e scambiare idee e opinioni. Bookclub, lanciata nel 2011, è il primo caso in cui un editore fa parte del gruppo di lettori e suggerisce cosa leggere con l'intento di trasmettere ai lettori un'idea, un gusto, un mondo intero. Sullo sfondo, il desiderio di restituire centralità alla lettura come strumento di formazione del pensiero: su internet si trova tanto, si trova tutto ma le informazioni sono scollegate, frammentarie, è il trionfo dell'informazione sull'opinione, e manca la fiducia nella capacità dell'utente di elaborare un pensiero indipendente. Bookclub è uno sprone per il lettore a ricostruire pensieri e opinioni attraverso la lettura e il godimento di una narrativa di ampio respiro. In questa collana abbiamo pubblicato *Il dolce sollievo della scomparsa* di Sarah Braunstein, sulla sparizione di una bambina dodicenne nella provincia americana, e **La mancanza di gusto** (qui la nostra recensione), il romanzo d'esordio di **Caroline Lunoir**, dove è condensata una efficace critica ai legami familiari e alle ipocrisie delle generazioni che ci hanno preceduto, quella del dopoguerra e quella che ha fatto il Sessantotto e si è imborghesita. Pubblicheremo presto *Bambina mia* di Tupelo Hassman, un libro che si inserisce nella scia letteraria da noi inaugurata con la pubblicazione di **Salvatore Scibona** (qui la nostra recensione di *La fine*), che presta attenzione ai personaggi ordinari, che vivono ai margini della società. Una caratteristica saliente della collana Bookclub è la grafica che si rinnova a ogni uscita. È questo un tratto diffuso nell'editoria anglosassone mentre in Italia domina l'idea di collana in cui ciascun libro si uniforma a un progetto grafico con parametri fissi. Oltre a provare a fare breccia nel concetto di uniformità grafica, volevamo dare origine a un prodotto unico, che parlasse a ogni lettore a partire dall'involucro esterno: un prodotto prezioso, curato – anche se per noi costoso – che aspirasse a diventare un



prodotto da collezione. E forse proprio questa cura e questa unicità potranno essere un valido antidoto alle edizioni digitali, per il valore aggiunto che un'edizione unica fornisce al lettore. Nelle nostre peregrinazioni attorno al mondo meraviglioso della collana Bazar, abbiamo meditato la decisione di entrare nel genere polar e l'abbiamo chiamata **B-Polar**, dove la B sta per Bazar ma allude anche alla bipolarità. Gli autori africani da noi prediletti sono maestri del genere polar – l'incrocio tra poliziesco e noir – ma largamente sottovalutati rispetto ai giallisti scandinavi. Si tratta, naturalmente, di una sottovalutazione che trascende il genere e colpisce tutti gli intellettuali africani. Quanti in Italia hanno letto, ad esempio, un premio Nobel come Wole Soyinka? Eppure tutti conoscono Herta Müller (o forse anche questa è un'illusione). In una fase storica come la nostra è davvero un controsenso continuare ancora a parlare di letteratura africana, trattandola implicitamente come una letteratura di rango inferiore. Penso ad alcuni dei nostri autori, per esempio **Alain Mabanckou**, scrittore congolese, trapiantato in Francia all'età di ventidue anni, che da un decennio insegna letteratura francofona alla UCLA. Mabanckou ha vinto tutti i premi più prestigiosi del mondo letterario di lingua francese, ma in Italia non riesce a ottenere il risalto che merita. Per tornare al polar, il libro di **Florent Couao-Zotti** aveva tutte le caratteristiche per dare l'avvio a una collana come B-Polar: una storia di droga, sesso e ammazzamenti in una Cotonou (capitale del Benin) inedita e sorprendente. Gli azzardi linguistici e la trasfigurazione grottesca dei personaggi fa pensare a fumetti come *Sin City* di Frank Miller, da cui è stato tratto l'omonimo film. A questo volume è seguito **La bionda e il**



bunker di **Jakuta Alikavazovic**, scrittrice serbo-montenegrina di penna francese, un romanzo misterioso in cui l'amore è anche amore per l'arte. Seguirà in ottobre il romanzo di Alain Mabanckou *Zitto e muori*, in cui l'autore riprende le atmosfere delle banlieu già esplorate in *Black Bazar* e la vena noir di *African Psycho*.

Quali sono le linee guida del progetto grafico?

66thand2nd ha un'immagine coordinata molto distintiva: ruota intorno al marchio della casa editrice che ricorda la segnaletica americana, con la tonalità del verde 66th e dell'antracite. Nel corso dell'elaborazione del progetto grafico delle prime

due collane, Attese e Bazar, emerse chiaramente la predilezione editoriale per l'uso dell'illustrazione rispetto alla fotografia. Di conseguenza, abbiamo scelto, per la collana Bazar, **i disegni di Julia Binfield**, molto brava nel tratteggio a china, nel comporre immagini con brandelli di carta, nel ricreare piccoli oggetti. Poi l'Art Director **Silvana Amato** traduce i disegni nel linguaggio appropriato per il libro. Per la collana Attese il contesto è meno mobile, c'è un riquadro in cui vengono disposti **i disegni dello studio spagnolo Alexis Rom**, eseguiti da Claude Marzotto. Alexis Rom ha un immaginario immediatamente riconducibile alla Spagna degli anni Cinquanta e Sessanta, mai prima di allora messo al servizio di un progetto editoriale. Anche in questo caso l'intervento di Silvana Amato è decisivo per la migliore riuscita dell'organizzazione di copertina. Bookclub è una collana rispetto alla quale la grafica ha un ruolo preponderante e l'opera dell'Art Director è molto penetrante. Nella collana ci



sono copertine di segno grafico pure (come **Inutili fuochi di Raffaella Ferré** – **qui** la nostra recensione, **qui** l'intervista alla scrittrice - e *La mancanza di gusto* di Caroline Lunoir) accanto a copertine fotografiche (*Il dolce sollievo della scomparsa*) e illustrate. Un bell'esempio di compenetrazione tra grafica e interni è il libro di Riccardo

Romani *Le cose brutte non esistono*, che nasce da una storia vera. Il protagonista del libro è affetto da acufene. Quando chiedi a Silvana Amato di realizzarne la copertina, si ricordò di avere da poco ritrovato un amico che non vedeva da molto tempo, anche lui

affetto da questo raro disturbo, che paragonò all'esperienza di avere perennemente una conchiglia nella testa. La descrizione corrispondeva perfettamente a un'illustrazione ricevuta in dono tempo prima da Fabian Negrin – un volto ritratto in trasparenza con in testa una conchiglia turchese... Approvata! In B-Polar, la natura noir della collana si rivela graficamente nell'uso del colore in copertina anche all'interno, al posto del bianco, cifra di 66thand2nd. Per Vite inattese, abbiamo il privilegio di lavorare con **Guido Scarabottolo**, che realizzerà per noi la galleria di ritratti dei grandi sportivi che abiteranno la collana: Gino Bartali, Gottfried Von Cramm, Marco Simoncelli, Marco Pantani, Ayrton Senna, Diego Armando Maradona. È tramite Guido Scarabottolo che abbiamo conosciuto la nostra Silvana Amato e a lui va un grazie speciale per averci seguito dall'inizio e per la generosità, comune agli altri illustratori che lavorano con noi (anche non su base continuativa), di rendere la loro arte e il loro lavoro accessibili a piccoli editori come noi. Questo è un modo concreto per aiutare la piccola editoria.

Le fiere del libro: sono un utile strumento per conoscere e farsi conoscere, un'onerosa perdita di tempo o semplicemente appuntamenti a cui non si può mancare?

Per noi sono decisamente uno strumento utile e anche in questo caso 66thand2nd si muove secondo una logica di investimento. Al Salone Internazionale di Torino, già dall'anno scorso dividiamo un quadrilatero insieme ad altri tre editori (Nutrimenti, Keller e La Nuova Frontiera), formula che ci ha consentito di ampliare spazio e visibilità dividendo i costi con altri colleghi. Il dibattito sull'opportunità di frequentare il Salone di Torino è sempre molto acceso. Per noi rappresenta una cassa di risonanza di grande impatto, l'impegno finanziario è senz'altro molto oneroso, ma ne vale la pena. Recentemente, abbiamo costituito **Libri in circolo** insieme a Voland, Nutrimenti, Nottetempo, Emons, Quodlibet, Lantana. È un'associazione portatrice di progetti culturali e che a piccoli passi spinge per la promozione della lettura: in primo luogo favorendo la partecipazione a fiere e ad altre manifestazioni nei piccoli centri, magari affidando la gestione degli stand a librai.

All'ultimo Salone del libro di Torino si è parlato dei blog letterari e della loro (poca) influenza sulla vendita dei libri. Che cosa ne pensa?

Di certo se esce una recensione su un blog non è detto che aiuti le vendite, ma purtroppo oggi è difficile stabilire una correlazione matematica tra uscita stampa – anche sul grosso quotidiano – e vendite. Secondo noi è molto importante il dialogo con i blog letterari, che sono un termometro. I recensori dei blog scrivono perché hanno veramente letto il libro e hanno voluto recensirlo. Per noi è importante essere scelti, ci piace quindi spendere tempo e attenzione con i blog letterari e i loro curatori.

Condividi:



Lascia un Commento

Name *

Comment

E-Mail *

Website

Invia

Cerca

Search

Follow
© 2013 Via dei Serpenti. All Rights Reserved.
Follow Via dei Serpenti

Theme by [WPSHOWER](#) & [MOODYGUY](#)

Get every new post delivered to your Inbox

Join other followers

Enter email address

Subscribe