

Come ti vendo un libro

Pubblicato: Lunedì 11 Maggio 2009

✖ Quali sono i meccanismi con i quali un editore lancia un libro sul mercato? Quante copie spostano i premi, le fascette, le recensioni, la tv, gli allestimenti in libreria e le trasposizioni cinematografiche di un libro? Ma soprattutto: quanto conta, in rapporto alle strategie di marketing, la qualità di un'opera? Questi e altri temi legati al mercato del libro sono l'oggetto del dibattito che si terrà questa sera, lunedì 11 maggio, al **Circolo della stampa di Milano**. All'incontro "**Come ti vendo un libro. Meccanismi segreti e bugie del marketing editoriale**" intervengono **Gian Arturo Ferrari**, direttore generale della divisione libri del gruppo Mondadori, Emilia Lodigiani, editore di Iperborea, **Gianni Biondillo**, scrittore e architetto, **Paolo Mauri**, critico ed ex caporedattore cultura di *Repubblica*, **Stefano Bartezzaghi**, scrittore, saggista ed enigmista. Modera l'incontro il direttore dell'Ifg **Enrico Regazzoni**.

L'incontro nasce da **un'inchiesta realizzata dagli allievi della Scuola di giornalismo "Carlo De Martino"** e pubblicata sul numero di maggio del mensile *Ifg Inchieste*. Gli allievi dell'Ifg hanno «torchiato» editori, critici, giornalisti, librai, hanno svelato il segreto delle classifiche, hanno scovato e intervistato un lobbista del premio Viareggio (il più prestigioso dei premi letterari), assoldato da una famosa casa editrice («che pubblica agili ed eleganti volumetti con copertina blu») per fare pressioni (più o meno velate) sulla giuria. Il risultato è una fotografia precisa e spietata di un mercato, quello del libro, che fattura quasi tre miliardi di euro all'anno e che troppo spesso spaccia bufale per capolavori letterari.

[Scarica l'inchiesta dell'Ifg](#)

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it