

## Piccolo vademecum: Come individuare una casa editrice a pagamento e capire qualcosa in più della sua politica

a cura di Giulia Abbate – Studio83

---

*Questo breve articolo è stato scritto dopo la lettura di “[Editori corsari e autori kamikaze](#)”, un pezzo di Alberto Carollo pubblicato sul sito dell’associazione culturale CaRtaCaNta a proposito di alcuni comportamenti e moventi molto diffusi nel mondo degli scrittori in cerca di pubblicazione e, dall’altro lato, degli editori a pagamento.*

*Ne consigliamo la lettura a chiunque, scrittore o meno, voglia sapere qualcosa di più sul recente ed esplosivo fenomeno delle case editrici a pagamento.*

---

Leggo spesso, in rete e per mail, commenti di scrittori esordienti che raccontano di una "doccia fredda" tristemente comune: una casa editrice si dimostra prodiga di complimenti verso il manoscritto ricevuto, per poi sparare una richiesta di contributo. A volte è una proposta esosa, ma l'amarezza deriva principalmente dalla **delusione** di aver capito male: abbiamo scambiato un interesse commerciale per un giudizio sul valore letterario, una pubblicità per un complimento sincero.



Come evitare queste brusche cadute? Per prima cosa, smettiamola di sparare decine di manoscritti a caso e **studiamo i nostri interlocutori**: risparmieremo tempo, soldi e soprattutto saremo già preparati alle risposte che potremmo ricevere.

Una mossa precedente all'invio è **l'analisi dei siti web** delle case editrici a cui ci rivolgiamo. Il sito non serve solo a trovare la mail o l'indirizzo di spedizione, è anche una vetrina della casa editrice che ci racconta del suo **lavoro**.

Con un po' di pratica, non diventa difficile distinguere chi ci chiederà un contributo da chi pubblica scrittori sui quali investe i *propri* soldi.

Molte case editrici a pagamento dichiarano tranquillamente *online* il loro statuto: ti pubblichiamo se paghi e a te la scelta.

Altre invece restano nel vago e non parlano di richieste, ma solo di *offerte*: offerta di servizi editoriali, offerta di pubblicazione, offerta di assistenza e valorizzazione delle penne esordienti, offerta di realizzare sogni e ambizioni.

Altre addirittura **si incazzano pure** se le si chiama "editori a pagamento"!



Purtroppo, questa politica si contraddice da sola. Non si può nascondere la propria ragione commerciale e insieme farsi pubblicità! Quindi il modo più efficace e veloce per capire se avete a che fare con il sito di una casa editrice a pagamento è domandarvi a chi si rivolge l'editore e più specificatamente:

chi è il **target** di questo sito?



Se il sito ha in primo piano il catalogo, i titoli, gli eventi, le promozioni, se mette l'accento sugli autori di punta, sui propri best sellers o sulle ultime uscite, il target è **\_chi legge** e può essere interessato a trovare e comprare quei libri. Quindi è più probabile che la casa editrice campi se vende i libri, se ha molti lettori e acquirenti.

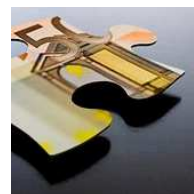
Magari trovate una pagina su come inviare i manoscritti, inserita per un reale interesse nel *talent scouting* o più semplicemente per non dover rispondere la stessa cosa a diecimila mail. Quella pagina leggetevela con cura e **rispettate scrupolosamente le modalità di invio richieste**.

Se non c'è nemmeno un accenno all'invio manoscritti, è evidente che la casa editrice non è interessata a una clientela di scrittori ma solo di lettori; ma forse dovrete pensarci un attimo prima di mandare qualcosa, perché quella omissione significa che l'editore ha altri canali per trovare penne (agenzie letterarie, traduzioni, conoscenze) o che non pubblica esordienti. In ogni caso, potreste mandare una mail **SENZA ALLEGATI** in cui chiedete qualche informazione. E se non vi rispondono, non ve la prendete: **sorvolate con stile!**



Un caso diverso è se il sito della casa editrice riporta (ed evidenzia) informazioni sui servizi editoriali offerti, **notizie tecniche** sul tipo di carta usata o sul tipo di stampa preferita, su codici EAN e ISBN, su contratti di pubblicazione e diritti d'autore.

Indovinate un po' qual è il bacino d'utenza al quale si rivolge questo tipo di vetrina-sito?



**Il cliente è visibilmente lo scrittore**, quindi **vietato** buttarsi giù quando vi "offrono" di farsi pagare!

Anche tra le proposte editoriali di questo tipo, però, ci sono diversi livelli di qualità - alla peggio, ma il cielo non voglia, diversi gradi di fregatura. L'osservazione del sito web ci aiuta capire anche **che tipo di trattamento** riceverà il titolo pagante.

Molti siti, purtroppo, sono poco chiari quando si tratta di dettagli non trascurabili come la **distribuzione** e la reperibilità dei libri.



Distribuire il libro tramite il sito stesso dell'editore o una newsletter (magari "**inviata a migliaia di mail**") **non è assolutamente sufficiente.**

La presenza della casa editrice in portali come Bol, 365bookmark o Ibs è già qualcosa perché vi dà almeno la possibilità di auto promuovervi con più efficacia.

La discriminante, però, la fa ancora la **presenza in libreria**: sentitevi liberi di farvi venire qualche sospettuccio se una casa editrice non ha un distributore almeno locale, e soprattutto se non specifica nemmeno un nome, limitandosi a formule come:

... distributori presenti in molte librerie ...  
... numerose librerie su tutto il territorio nazionale ...  
... canali di distribuzione efficienti ...

Lasciate stare anche le lagne come:

... i costi di distribuzione sono altissimi ...  
... il mercato è monopolizzato dai grandi marchi ...  
... gli esordienti sono penalizzati e non li vuole nessuno tranne me che sono filantropo ...

I problemi ci sono, ma sono **gli stessi per tutta la categoria** e se l'editore li considera insormontabili è meglio per tutti che **chiuda e abbandoni l'imprenditoria**. Ciò non significa che non sia giusto battersi per delle condizioni di mercato più eque (ad esempio, per l'**abolizione dell'assurdo sistema delle rese**), ma nemmeno che i problemi di un mercato saturo e clientelare debba pagarli lo sprovveduto autore in erba.

Stesso discorso per ciò che riguarda la **promozione**: formule vaghe come:

... promozione con ufficio stampa ...  
... eventi su tutto il territorio ...

**...non bastano!**

Cercate in rete qualche notizia sulle presentazioni della casa editrice e sulla sua presenza in fiere, eventi e librerie. Una **politica editoriale intraprendente** sotto questo aspetto può pagare più di quanto si pensi!

Parlando in generale, non limitatevi a leggere propositi vaghi, ma **pretendete** quanti più dettagli possibile e poi **verificateli**. Il più delle volte basta un controllino su Google o una passeggiata verso la libreria (seria e affidabile!) più vicina.

Ricordate comunque che il rapporto tra uno scrittore e un editore (a pagamento e non!) è un **rapporto professionale**, di lavoro, regolato da un contratto.

L'interesse di entrambe le parti **deve** essere quello della massima chiarezza e **trasparenza**, per non doversi poi trovare in spiacevoli contenziosi che porterebbero via tempo e soldi a tutti. Fare domande è un vostro diritto, magari verrete considerati dei pedanti rompipalle, ma da nessuna parte sta scritto che editore e autore debbano amarsi e passare i fine settimana insieme!



Se però notate che l'editore nicchia, o sorvola su alcuni dettagli che gli chiedete e cerca di evitare risposte chiare (ad esempio, quando ripete per mail sempre le stesse formule vaghe a fronte di domande precise) fate molta attenzione.

Spesso non è necessario arrivare fino alla proposta editoriale per capire come si mettono le cose, specialmente nel caso in cui **la vaghezza non è un difetto ma una precisa strategia di vendita**.

Un altro elemento a cui potete prestare attenzione, per riconoscere una casa editrice a pagamento e la sua politica, è il **catalogo**.

---

*Parlando in generale, **il catalogo è la fonte più preziosa di informazioni** su quella che un tempo era chiamata "politica editoriale". Fino agli anni '80, gli editori erano molto caratterizzati e riconoscibili l'uno dall'altro, perché le loro pubblicazioni andavano a "dialogare" con diversi tipi di pubblico e diversi bacini culturali.*

---

Oggi sono le piccole case editrici a mantenere delle specificità forti che le rendono riconoscibili. Ci sono case editrici di narrativa pop per giovani; editori che pubblicano opere sperimentali; altri che si orientano su letterature di determinati paesi e altre ancora che scelgono un genere di riferimento: horror, fantascienza, fantasy, narrativa di mare.

Prima di mandare un manoscritto a qualcuno, è **OBBLIGATORIO** studiare il catalogo per capire a chi ci si rivolge e dove il proprio romanzo ha speranza di interessare.

Se cerchiamo un editore che ci pubblichi e il suo catalogo è compatibile con la nostra opera, ma non siamo sicuri della sua politica riguardo il contributo, facciamoci qualche **domanda tecnica**.



C'è un'organizzazione in **collane**? Le copertine hanno una **uniformità grafica** oppure ogni scrittore può scegliersi la copertina che gli pare?

Questa ultima ipotesi può sembrare allettante, in realtà è la spia del fatto che **non c'è una politica editoriale** che miri a rendere i propri titoli omogenei e riconoscibili **per il lettore**. Inoltre sarete pure dei grandi scrittori, ma pretendere di essere anche sublimi illustratori e grafici competenti è troppo.

La casa editrice **seria**, che vuole vendere i libri che pubblica, **deve** avere una voce importante non solo sulla grafica, ma anche sul testo e sui suoi contenuti.

Non sentitevi offesi se vi si chiede qualche modifica, o vi si fa qualche appunto sullo stile: **non comportatevi da artisti, ma da professionisti**, perché è in questa veste che l'editore vi prenderà in considerazione.

Proprio per questo motivo, consiglieri un bel **colpo di spugna** a chi accetta solo testi pronti, già editati dallo scrittore: ripeto, siete romanzieri, sulla tuttologia mettete il cuore in pace!



Un'altra informazione preziosa che può dare il catalogo è relativa al **numero dei libri pubblicati**.

Fare uscire centinaia di libri l'anno è la dimostrazione più chiara della **fonte** del guadagno della casa editrice. Attenti, la mia non è un'accusa di immoralità o blasfemia, ma una semplice constatazione: una casa editrice che guadagna sul libro venduto (e letto!) tratterà il titolo in modo diverso da un editore che guadagna sul libro **stampato**, non trovate?

Quando paga già lo scrittore, che possibilità ci sono che l'editore si sbatta per far pagare il lettore?

Vorrei concludere questo piccolo *excursus* sulle case editrici a pagamento con qualche considerazione generale.

Uno scrittore ha diritto di cercare di essere pubblicato: sacrosanto!

Il motivo è semplice: se si viene pubblicati si ha più speranza di essere letti, di far arrivare la propria opera al pubblico, al **lettore**, che è l'interlocutore principale dell'autore. L'editore è un **intermediario**: prende l'opera di un autore e la offre al pubblico sotto forma di "prodotto culturale", di libro con un prezzo, una veste e una reperibilità. Il servizio l'editore lo dà **al lettore, non allo scrittore!**

Il lettore paga l'editore (e il libraio, e il distributore... *sigh*) per avere un testo scelto e curato. L'editore paga lo scrittore affinché gli fornisca l'opera da mettere sul mercato. L'autore è, al pari dell'editore, un professionista in una filiera che arriva al lettore.

Lo scrittore è il **contadino** che vende i suoi prodotti alla catena di distribuzione, che poi li venderà al consumatore.

E se un supermercato si rifiuta di comprare le sue mele, forse il motivo non è solo che la vita è ingiusta. Se dopo aver coltivato i campi per sei mesi il contadino deve anche pagare per levarsi dalle scatole i frutti del suo lavoro, forse il raccolto non è eccelso e nessuno pagherebbe per averlo.



Quindi, per concludere, pensateci prima di pagare gli altri per prendersi le vostre mele. Magari diventeranno famose e il vostro marchio risalterà sugli altri... ma prima o poi qualcuno le mangerà, e la vittoria sarà solo di chi ci avrà lucrato sopra facendosi pagare sia dal produttore che dal consumatore.

I raccolti migliori arrivano con il tempo, con l'esperienza e anche con qualche annata cattiva... per cui armatevi di cesoie, fertilizzante e di tanta, tanta pazienza!



...e TANTI AUGURI!

---

a cura di Giulia Abbate  
Associazione culturale Studio83

**STU  
DIO83**

[www.studio83.info](http://www.studio83.info)

[www.studio83.splinder.com](http://www.studio83.splinder.com)



All works are licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-Share Alike 3.0 Unported License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/)