

25 Febbraio 2015 15:30

di [Marco Passarello](#)

Giulio Mozzi e le Favole del morire

In amicizia e da vicino

Presentazioni a casa dei lettori per promuovere il nuovo libro dello scrittore

Qual è oggi il miglior modo di **promuovere un libro**? “Portarlo in televisione da Fazio” è forse la risposta più facile, perlomeno se l’obiettivo è quello di vendere un gran numero di copie. Ma non è una strada praticabile da tutti e, in un mondo in cui i libri sono sempre più numerosi e i lettori sempre più scarsi, per gli scrittori diventa complicato trovare un modo per **farsi conoscere**. Sempre più voci si esprimono con insofferenza verso il rito della **presentazione in libreria**, spesso disertato dai lettori annoiati. Ma anche propagandare i propri libri attraverso i **social network** è un’impresa ardua, dato che ogni clic va conteso a innumerevoli altri tentativi di attirare l’attenzione di chi naviga in Rete.

C’è però chi è in grado di sfuggire a queste logiche e di raggiungere il proprio pubblico attraverso formule originali. Tra questi **Giulio Mozzi**, che per promuovere il suo nuovo libro **Favole del morire**, pubblicato da **Laurana**, ha scelto vari modi insoliti, tra cui quello di organizzare presentazioni non nelle librerie, ma direttamente **nelle case dei lettori** che lo richiedono.

Mozzi è un personaggio importante dell’editoria italiana. Attuale consulente per la narrativa italiana dell’editore **Marsilio**, dopo esserlo stato in precedenza per **Theoria**, **Sironi**, **Einaudi**, è una di quelle poche persone che sono in grado, esprimendo un parere, di elevare uno sconosciuto al rango di scrittore. Ma se immaginate che sia una persona irraggiungibile, sbagliate completamente. Il suo indirizzo di posta elettronica e il suo numero di telefono sono disponibili al pubblico. Nella sua instancabile attività di **talent-scout** si fa un punto d’onore di leggere almeno 30 pagine di **qualunque manoscritto** gli venga inviato. Attraverso il **blog Vibrisse** svolge una multiforme attività culturale, alla quale partecipa una vivace comunità. L’idea di presentare il libro nelle case dei lettori, dunque, non nasce dal nulla.

“È un’esperienza che avevo già fatto presentando il romanzo Davide di Carlo Coccioli in assenza dell’autore, morto poco prima,” ci ha spiegato Mozzi. *“Per me quel libro era stato un’esperienza personale, di formazione e trasformazione, e quindi mi sembrava che una situazione domestica fosse più adatta di una pubblica. In generale preferisco sapere per certo che parlerò a sette persone, piuttosto che attraversare l’Italia per andare in una libreria e rischiare di trovarne solo due. Preferisco esprimermi **in amicizia e da vicino**, piuttosto che su un palco e da lontano. Perciò mi sono detto: proviamo a ripetere l’esperienza”.*

“Ogni tanto ho la sensazione che ci siano autori che vogliono pubblicare un libro solo per poter fare le presentazioni. Come se dessero un tipo di soddisfazione particolare. Ma a me questa pare una sciocchezza,” afferma lo scrittore, che precisa che la sua scelta di evitare le presentazioni in libreria

non è indice di un declino di questa forma di promozione. *“Non mi pare che le presentazioni diminuiscano, ci sono autori che fanno **vere e proprie tournées**, e librerie che tengono anche due o tre incontri di questo tipo al giorno. Tuttavia spesso manca la cognizione del pubblico che si ha davanti e si finisce per seguire una logica sbagliata. L’ultima volta che sono stato invitato **c’eravamo soltanto io e l’autore**, e siamo andati a mangiarci un piatto di pasta. Questo perché tutto era stato organizzato in una libreria poco rappresentativa. E l’autore per questo si era fatto 200 chilometri! Queste sono le situazioni che vorrei evitare”.*

Un’altra iniziativa legata alla promozione del libro è la messa in vendita di **undici scatole** al prezzo di **50 euro** l’una, ciascuna contenente una **copia autografata** del libro, con **dedica** a richiesta, una **maglietta** che riproduce la copertina, libri dell’autore di difficile reperibilità più altri regalini e **sorprese**. *“È una faccenda giocosa, che per me non ha uno scopo economico. Io non sono un autore da grandi numeri, sono uno che scrive cose difficili e ho pochi lettori, anche se non pochissimi. So che posso permettermi di fare una decina di scatole perché 50 euro è un prezzo alto ma non esoso, e so che ci sono dieci persone che se le piglieranno. Ce ne sono dieci ma non venticinque, mi sono guardato bene dal fare 25 scatole. L’autore deve essere in grado di capire **chi è il suo pubblico**, altrimenti prenderà iniziative sbagliate di pubblicazione e promozione”.*

Ma da chi è composto il pubblico di Giulio Mozzi? E soprattutto: corrisponde all’idea di lettore che l’autore vorrebbe avere? Lui non ha dubbi: *“Corrisponde sicuramente, perché io **accetto i lettori che ho**. È mia abitudine cercare di desiderare quello che c’è, e non quello che potrebbe essere, Mi sembra più pratico. I miei lettori sono un gruppo di quattro o cinquecento persone, che in un modo o nell’altro **tengono a quello che faccio**. Leggono il blog, e ogni tanto si fidano e leggono qualche autore che ho suggerito. Ritengo abbiano qualche stima professionale nei miei confronti. Direi che è una piccola **comunità**, se ‘comunità’ non fosse diventata una parola del marketing”.*

Una comunità che si è creata anche perché l’autore **non ha posto barriere** di alcun tipo tra sé e il pubblico. *“Quando nel 1993 pubblicai il mio primo libro feci scrivere sul risvolto di copertina: Giulio Mozzi è nato nel 1960 e abita a Padova in via Michele Sanmicheli 5 bis. L’editore mi disse: tu sei matto! Risposi: l’unico modo che ho per proporre un libro è pensare che sia **una lunga lettera destinata a ignoti**. E una lettera a cui non è possibile rispondere mi pare una scemenza. Il libro vendette 1.200 copie e mi arrivarono circa 600 lettere, da non credere. Da allora per me questa è diventata la normalità. È un atteggiamento non legato a una logica, per quanto opportuna, di promozione commerciale. Per me è **vitale** avere idea delle persone che mi trovo davanti, e magari anche conoscerle. Vederle. Parlarci. Mangiarci insieme”. Un atteggiamento che non è stato scalfito da qualche esperienza sgradevole. “Gli incontri antipatici avvengono, in quantità minime e perfettamente tollerabili. Così come succede di rifornirsi da un fornaio antipatico. La cosa non è numericamente rilevante né umanamente grave”.*

Quello di Mozzi è comunque un pubblico selezionato, e non potrebbe essere altrimenti, visti gli argomenti che affronta. Già il titolo del suo ultimo libro, con il suo **esplicito riferimento alla morte**, massimo tabù contemporaneo da esorcizzare e negare in ogni modo, sembra fatto apposta per tenere lontani i lettori non in grado di accostarsi al testo senza pregiudizi. *“Quando nel 2000 presentai il mio poemetto Il culto dei morti nell’Italia contemporanea, i venditori di Einaudi prima si toccarono, poi chiesero: non si potrebbe cambiare il titolo? Quindi, sì, questo è **un titolo che seleziona**. Perché la parola ‘morire’ turba, perché l’accoppiata tra favole e morire è strana, e perché il disegno in copertina [opera di Aldo Sorarù, nipote di Mozzi] è, sì, comico, ma di un comico un poco bizzarro. Certo, con un titolo come ‘Vivere è bello’ si vende di più, ma se ho scritto questa roba qui cosa devo fare, fare finta che non lo sia? Non esiste!”.*

Che tipo di libro è *Favole del morire*? “Raccoglie una serie di esperimenti, o meglio di esplorazioni, svolte nell’immaginario, per cercare di comprendere, almeno metaforicamente, non che cosa sia la morte, che è qualcosa di astratto, ma **che cosa sia il morire**, inteso come processo, **trasformazione**. Chiunque abbia assistito a una di quelle lente morti che avvengono in casa ai nostri giorni sa di che cosa parlo. **Oggi si possono impiegare anni per morire**. Ed è una cosa complicata, che la mia generazione è la prima a dover affrontare a livello di massa. Perciò ha senso interrogarsi sul morire, sia dal punto di vista fisico, sia metafisico. Io poi non sono né filosofo né teologo, mi limito a proporre *immaginazioni*”. Il libro è il risultato dell’assemblaggio di racconti e poemetti scritti in precedenza dall’autore, con l’aggiunta di qualche inedito. “Negli ultimi dieci anni ho scritto una serie di testi che girano tutti intorno alla stessa cosa, apparentati da un punto di vista stilistico. Li ho messi insieme, ho scritto una cosa nuova, ho cercato di **ricostruire il percorso di un tema** che è comunque mio da sempre, perché in ogni mio libro di racconti ce ne sono tre o quattro che parlano di questo argomento”.

Nonostante Mozzi sia in buoni rapporti con molti grandi editori, il libro esce per una realtà piccola come Laurana. “Ho cominciato a lavorare con loro in amicizia, un po’ di anni fa. Si sono dichiarati disponibili a **pubblicare alcune mie vecchie cose** finite fuori catalogo, che i grandi editori non volevano più riprendere. È stato fatto, tra l’altro con copertine molto ben scelte, edizioni che mi convincono. Nel momento in cui ho cominciato a immaginare questo libro ne ho parlato subito con loro, perché credo costituisca **un tutto unico** insieme agli altri che Laurana mi ha pubblicato. Del resto non ha senso fare un libro come questo, tra l’altro difficile da vendere, con un grande editore che lo farebbe solo per farmi una cortesia. Preferisco un editore con cui lavoro tutti i giorni, che è comunque serio ed è in grado di farci un serio investimento”.

“Un editore di progetto, se appena appena se lo può permettere, cerca non di pubblicare opere, ma di **accogliere percorsi**”, ci ha spiegato **Gabriele Dadata**, editor di Laurana. “Il percorso con Giulio nasce dalla riedizione di *Il male naturale*, cui abbiamo cercato di ridare la dimensione non dello scandalo ma della letteratura, e pensiamo di esserci riusciti. Se ne è parlato come di un’opera letteraria, cosa che non era successa per l’edizione Mondadori, seminale per gli autori della generazione successiva. Abbiamo accolto *La felicità terrena*, abbiamo accolto un libro che ha fatto a quattro mani con Valter Binaghi, ed è sembrato naturale, vedendo un tema sorgere dai suoi testi sparsi, **accogliere anche questo**. In un certo senso la cosa strana è che sia lui a investire su di noi. E più grande e importante lui come autore che noi come editore”.

In questo momento sul mondo editoriale italiano incombe la possibilità di una **fusione** tra i due più grandi gruppi editoriali, **Mondadori** e **RCS**, cosa che creerebbe nel nostro Paese una **concentrazione senza precedenti** in Europa. Abbiamo perciò colto l’occasione per chiedere a Dadata come vede la situazione di un **piccolo editore** nell’eventualità di una simile unione tra colossi. “In definitiva la vedo benino. In genere i marchi del gruppo Mondadori sono **gestiti meglio** da un punto di vista manageriale, e perciò possono ricavarne un beneficio se si riesce a rispettare la loro identità. Mentre ho la sensazione che il gruppo RCS sia spesso gestito in maniera non perfetta. Non ho niente in contrario alla fusione, penso anzi che potrebbe essere un’ancora di salvezza per il gruppo RCS. Per noi comunque non è che cambi molto. Il nostro problema è semmai la **distribuzione: GEMS**, non Mondadori e Rizzoli. Messaggerie che da tre circuiti di distribuzione passa a uno, o che crea una società “obliqua” per acquisire PDE”.

Lapidario Mozzi: “Chi può salvare Rizzoli, se non Mondadori? D’accordo sull’evitare le concentrazioni, però a RCS sono messi male. Neanche da Mondadori sono messi benissimo, però è **un gruppo che ha una strategia**, mentre Rizzoli sembra una nave che **galleggia nel vuoto**”.