

## "Basta copertine da rivista di moda"

LA PLALA adGLILA TOsssssdddddgdg'LfLA L'dddd L'INCHIESTA - Le copertine dei **libri** al tempo della crisi... "Sobrietà, iconografie che si ripetono e..." Parlano i grafici LA PRIMA PARTE (pubblicata il 19 gennaio 2012)/ Fa discutere un blog gestito da una libraia anonima che scova copertine che si somigliano troppo. E fa venire il dubbio: in tempi di crisi nell'editoria si risparmia sulla creatività? In realtà, come spiegano tre grafici editoriali intervistati da Affaritaliani.it, dietro gran parte delle somiglianze non c'è la volontà di copiare, ma... Più in generale, poi, abbiamo chiesto a Riccardo Falcinelli (grafico di Minimum Fax, Francesca Leoneschi (art director per la Rizzoli) e ad Alice Beniero di Isbn **edizioni**, di spiegare quali sono le nuove tendenze nel mondo delle copertine. Anche per capire se si stanno consolidando determinate iconografie... E se per Falcinelli è interessante il fatto che "spesso a ripetersi sia un motivo iconografico (...)", e quindi "l'iterazione di un'iconografia non è segno di povertà o di poca inventiva, ma è indice di un gusto, di una moda o di un'epoca", per Francesca Leoneschi in tempi di rallentamento del mercato librario "non si risparmia sulla creatività, ma sulla cartotecnica... e dopo gli effetti speciali di certe copertine degli anni '90 un ritorno alla sobrietà non è da accogliere negativamente". L'art director Rizzoli nota "un ritorno alla sobrietà e alla tradizione", e sottolinea l'attenzione alle lettrici ("oggi le donne non vogliono essere stupite e aggredite, e neppure incupite. Ma hanno bisogno di sognare"). Alice Beniero, che nel 2011 ha vinto l'European Design Award, ci spiega a sua volta: "Con l'avvento degli e-book il **libro** cartaceo deve trovare nuovi punti di contatto con il lettore e lo spazio di intervento nella progettazione si fa più attento, ricercato. I veri pionieri della creatività sono gli editori indipendenti".

LE INTERVISTE Parla uno dei grafici di Newton Compton: "Il segreto del successo delle copertine dei 9,90? Sono oneste e mai saccenti" LA SECONDA PARTE (pubblicata il 25 gennaio)/ L'intervento di Sebastiano Barcaroli, uno dei grafici di Newton Compton, la casa **editrice** del momento con la moda dei "9,90"... "Il segreto del grande appeal delle nostre copertine? Sono immediate, oneste, pure, popolari, mai saccenti...". E ancora: "La tendenza degli ultimi anni? Si punta sugli occhi".

L'INTERVENTO COMPLETO Parla uno dei grafici di Add!: "Si torna al minimalismo, ma..." LA TERZA PARTE (pubblicato il 30 gennaio 2012)/ Anche Daniele Amedeo (art director di Add **editore**): "Si assiste a un ritorno a un certo minimalismo". E sulla crisi: "La paura è che più che chiederci di risparmiare ci chiedano di risparmiarci".

L'INTERVENTO COMPLETO Mondadori rinnova la grafica della Sis (e presto anche quella della saggistica). Parla l'art director Callo LA QUARTA PARTE (pubblicata il 2 febbraio 2012)/ Dice la sua Giacomo Callo, art director Mondadori. L'occasione è il cambio grafico che riguarda la storica collana "Sis": "In Mondadori investiamo tanto nella creatività. Ma, tranne rari casi, non è vero che le copertine fanno vendere 'da sole' i **libri**... Le tendenze in atto? Una ricerca della sobrietà grafica e... Mentre l'unica vera iconografia che noto ripetersi è quella del ripescaggio di font, immagini ed etichette di vecchie confezioni...". Poi spiega nei dettagli il rinnovo della grafica della Sis e rivela: "Anche sul fronte della saggistica abbiamo in cantiere molti progetti sia relativi a novità assolute sia relativi al restyling di collane esistenti. La tendenza sarà verso un trattamento grafico più popolare e non per questo meno attento alla grafica stessa, ai formati e ai materiali".

L'INTERVISTA Interviene il fondatore di Contrasto: "Meno omologazione e più cura nella scelta della fotografia" LA QUINTA PARTE (pubblicata il 13 febbraio 2012)/ Roberto Koch, **editore** della casa **editrice** Contrasto, specializzata in fotografia: "Credo che gli editori siano di fronte a una interessante sfida, nel trovare quella fotografia che si presti all'idea di copertina immaginata e che magari, proprio per le sue caratteristiche particolari sia magari meno accessibile, meno disponibile sulle piattaforme caratterizzate invece dalla logica 'globale' che tende a omologare l'uso e la tipologia delle immagini".

L'INTERVENTO COMPLETO "Sulle copertine dei **libri** si investe male...". Parla il grafico Maurizio Ceccato LA SESTA PARTE (pubblicata il 16 febbraio 2012) / Il grafico Maurizio Ceccato (autore di "non capisco un'acca" - Hacca **edizioni**): "Sulle copertine si investe, ma in modo sbagliato...". E sulle tendenze in atto: "Vedo molti approcci e una

diversificazione negli stili. Anche se la sperimentazione è legata più a piccole realtà editoriali, che guardano senza timore alla ricerca estetica come a una risorsa che possa ben caratterizzare la propria azienda...". E sulle iconografie che si stanno consolidando: "L'uso dell'illustrazione e quello di font dichiaratamente presi dal passato (di matrice anglosassone) sono delle componenti che vedo utilizzare sempre più spesso nell'editoria, ma... è tempo di ricercare nuove soluzioni". L'INTERVISTA "Basta con la schiavitù delle immagini". Parla la grafica di 66thand2nd LA SETTIMA PARTE (pubblicata il 24 febbraio 2012)/ "Basta con la schiavitù delle immagini" - L'inchiesta continua con Silvana Amato, art director di 66thand2nd. L'Intervento LO SPECIALE Scrittori, editori, editor, interviste, recensioni, librerie, e-book, curiosità, retroscena, numeri, anticipazioni... Su Affaritaliani.it tutto sull'editoria libraria di Floriane Pouillot (art director di **Transeuropa**) Non so se e quanto la crisi abbia investito il settore grafico delle case editrici. Un certo risparmio riguarda forse aspetti più materiali, la stampa e la cartotecnica, sui quali l'**editore** può trovare margini per ridurre le spese, ma in generale non penso che la carenza di spirito creativo nasca da un mancato investimento. Quello che vedo, confermato da quanto altri hanno detto prima di me sull'argomento, è che la sperimentazione riguarda quasi esclusivamente piccole (o medie) case editrici, mentre le grandi realtà editoriali mi sembrano per lo più arroccate su posizioni note: vige la legge della riconoscibilità del marchio, e nonostante questo molte soluzioni grafiche si ripetono e si assomigliano da un **editore** all'altro. Per quanto riguarda l'uso delle fotografie, personalmente trovo poco interessante l'uso di una foto tout court per una copertina, mi sembra una scelta dettata molto spesso da ragioni di marketing, le stesse che fanno sì che ultimamente vengano proposti titoli simili e lo stesso tipo di iconografia - bella faccia con occhioni sgranati - neanche fosse una rivista di moda. Ecco, trovo questa omologazione della grafica editoriale su quella patinata delle riviste una cosa molto triste. Il marketing d'altra parte è epigonale, ripete i modelli che hanno funzionato una volta con la speranza che funzionino ancora. Mi piace invece l'uso delle fotografie quando vengono in qualche modo rielaborate, decontestualizzate, usate in modo artistico e personale. Oppure mi piacciono le copertine che fanno a meno delle immagini fotografiche, che presentano illustrazioni originali, o una buona impostazione tipografica. Quando ho cominciato a lavorare per **Transeuropa**, sono partita studiando le vecchie copertine della casa **editrice**, che trovavo fantastiche nell'aver saputo offrire una veste grafica originale e riconoscibile alla narrativa italiana dei primi anni '90. Il lettering molto presente, le illustrazioni in bianco e nero e le fotografie quasi sempre ritagliate e assemblate in collage erano gli elementi caratterizzanti. L'uso pop delle foto che spesso faccio viene dal mix tra la vecchia grafica **Transeuropa** e il mio background pittorico. Inoltre ho sempre guardato alla miniera inesauribile di ispirazione che è la grafica anglosassone, perché quello è il regno dove tutto è possibile! A volte mi domando: ma uno come Chip Kidd riuscirebbe a lavorare da noi? Pensare che una copertina faccia vendere da sola il **libro** mi sembra a dir poco utopistico. Se il **libro** è presente in poche copie in libreria, ed è presente solo in alcune librerie, se il libraio non espone il **libro** in modo che sia visibile, anche una copertina bellissima nulla potrà contro le logiche della distribuzione. A maggior ragione trovo ammirevole l'impegno di quei piccoli editori che si affidano al lavoro di ottimi art director, che alzano di gran lunga il profilo della grafica editoriale del nostro paese. Anche se poi rimane il dilemma: quanti sanno riconoscere una buona copertina da una dozzinale, e in che misura questo determina la loro scelta? LA "STORICA" COPERTINA DEL **LIBRO** D'ESORDIO DI ENRICO BRIZZI, PUBBLICATO NEL '94 DALLA "VECCHIA" **TRANSEUROPA**