

Intervista a Giulio Perrone Editore

written by Simone Romano | 01/02/2022

Giulio Perrone Editore è una casa editrice indipendente nata nel 2005 che si occupa di narrativa italiana e straniera, di letteratura di viaggio e di contemporaneità. Pur avendo potuto contare sul sostegno e la pubblicazione di grandi scrittori italiani come Rossana Campo, Dacia Maraini, Walter Mauro, Romana Petri, Paolo Poli, Ugo Riccarelli, Antonio Tabucchi, Nadia Terranova, si è sempre distinta per la ricerca e lo scouting, scoprendo e sostenendo autori come Chiara Valerio, Paolo Di Paolo, Giorgio Nisini, Giuseppe Rizzo, Ilaria Rossetti. Sostengono anche corsi di formazione nel settore editoriale e corsi di scrittura creativa. Inoltre, prosegue il loro percorso alla scoperta del mondo della poesia, grazie alla collana Poiesis e alla neonata rivista di poesia contemporanea Bezoar, entrambe dirette dal poeta Giorgio Ghiotti.

Quali sono i progetti futuri della vostra casa editrice? Qualche anticipazione sulle uscite del 2022.

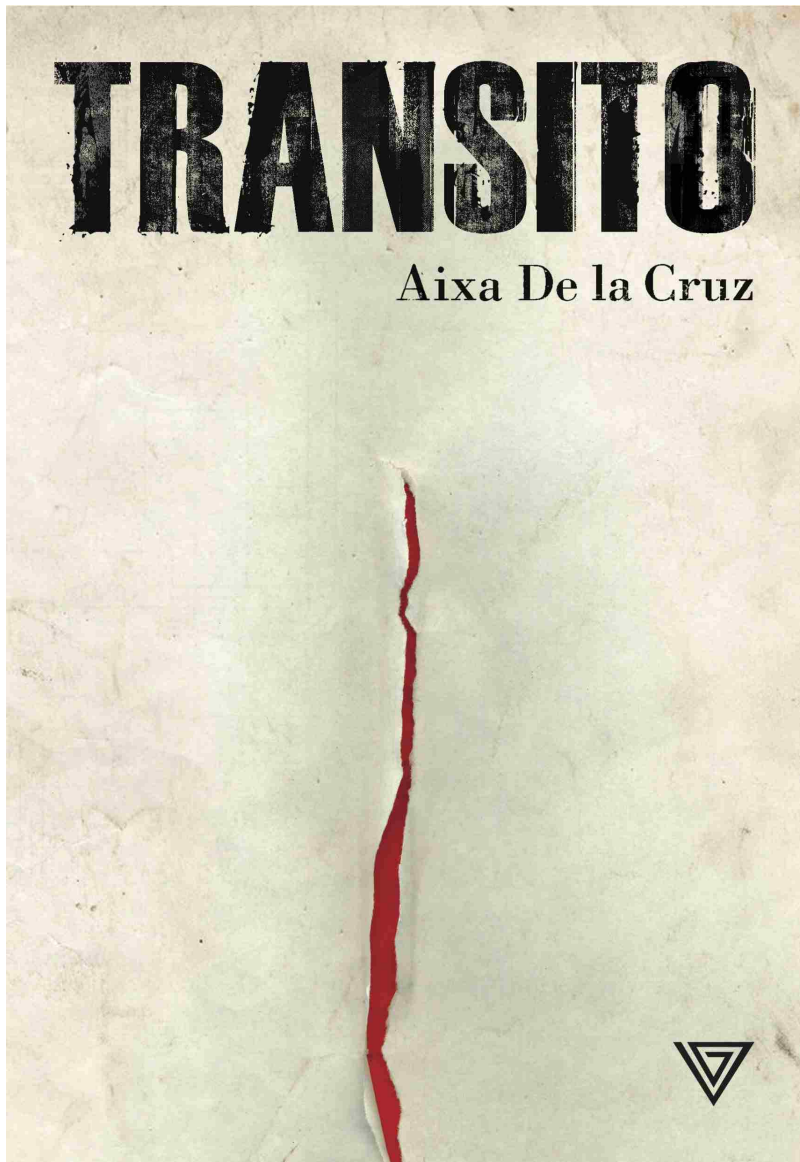
Pubblicheremo un testo di narrativa di una giovanissima autrice esordiente, ha appena compiuto diciassette anni, che la nostra editor di narrativa **Giulia Camminito** ha scelto. È un romanzo sull'adolescenza scritto, appunto, da chi è adolescente adesso. Uno sguardo estremamente lucido che racconta un momento particolare della vita di ognuno con la consapevolezza di chi chiude questo periodo di vita, la fine di un mondo, per approdare in quello successivo, l'età adulta. Noi ci crediamo molto. **Matilde Falasca**, "[Puoi chiamarmi Emma](#)" con un riferimento a Jane Austin.

Parliamo di numeri. Come sono andate le vendite nel post pandemia Covid 19?

Nel post pandemia abbiamo avuto una reazione calorosissima già durante il salone del libro di Torino, che in questa prima edizione si è tenuta nell'ottobre scorso. Da un primo bilancio le nostre vendite sono salite molto, non sappiamo l'esatta percentuale, supponiamo si aggiri attorno ad un 40% in più.

Quale titolo ha venduto di più della vostra casa editrice.

Uno dei titoli maggiormente venduti, ma non certo l'unico, è un titolo a cui il pubblico ha risposto in modo entusiasmante: "[Transito](#)" di **Aixa De la Cruz**. Per noi una vera scommessa. Un'autrice di origini basche che ha scritto un libro "ibrido", una commistione di saggistica e narrativa sui temi del femminismo e dell'evoluzione del pensiero di una donna in un momento molto particolare della sua



vita. Il prossimo febbraio pubblicheremo nuova

Primo giorno di fiera: come sta andando?

Il primo giorno di fiera si sta rivelando entusiasmante. È iniziata di sabato, quindi un giorno che per noi è stato perfetto. Tanto pubblico, tante vendite e siamo molto contenti.

Rispetto alla pandemia che è stato un periodo di crisi in tutti i settori, anche per il mondo editoriale, la vostra casa editrice come ha reagito? E cosa si deve portare dietro sia chi legge che chi opera nel settore dell'editoria da questa esperienza? Che cosa ci ha insegnato questo periodo, se ci ha insegnato qualcosa?

Strettamente al mondo editoriale questa pandemia ci ha detto due cose importanti. La prima è che i lettori sono rimasti lettori, che con grande curiosità hanno seguito le strategie che le Case Editrici hanno cercato di attuare in quel periodo: presentazione online, per esempio, ma anche dando la possibilità di interazione per mantenere stretto il contatto con i nostri lettori. Abbiamo chiesto di scriverci dei racconti per parlare delle loro esperienze, abbiamo raccolto in senso narrativo e, quindi, letterario un momento storico molto particolare. **Abbiamo imparato che le presentazioni online raccolgono un pubblico che ha voglia di seguire quello che accade nel mondo editoriale anche comodamente da casa**, nei momenti più disparati della giornata. Per cui è vero che la presenza dal vivo è mancata, ma anche che è possibile esplorare e sperimentare nuove forme di contatto tra noi del settore e il cliente finale. Abbiamo quindi deciso di proseguire anche questa

strada. Si è mantenuta la linea delle interviste, conversazioni e presentazione sui social, anche perché secondo me l'editoria si è arricchita grazie a questa nuova forma di comunicazione, avvicinando direttamente la CE al lettore.

Si è letto molto in questo periodo dell'aumento dei costi della carta. Abbiamo riflettuto anche sull'implicazione di questi costi: maggiore attenzione sulla scelta e gli investimenti degli esordienti. Ma questo aumento che impatto avrà sui prezzi dei libri? Ci ha risposto Antonio Sumseri - Direttore Commerciale per Perrone Editore.

In questo momento nessuno. Ancora non c'è un aumento dei costi tali da arrivare ad intervenire sul prezzo del prodotto finito. Abbiamo al momento un problema differente: quello della reperibilità della carta. **La carta in questo momento storico, ovvero sotto le feste natalizie, è difficile da approvvigionare.** Alcune CE non hanno potuto stampare dei libri. Non è stato il nostro caso, per fortuna. Ora io credo che se continuerà così, ci sarà un impatto forte sui prezzi di copertina del 30 %, con una riduzione delle pubblicazioni, sia in numeri di titoli che di copie.