

SHOW

LIBRI CHE VOLETE COMPRARE

METTI LA CANNELLA IN COPERTINA

Avete notato che i best seller in classifica hanno qualcosa in comune? Tra spezie, occhi che vi guardano e sfondi abbaglianti, ecco **COVER** e **TITOLI** che fanno vendere di più (o che non vanno più di moda) di Irene Soave



Da quando è uscito sono passate sei settimane e otto ristampe, ma il primo posto in classifica, conquistato subito, non lo ha ancora mollato. La storia di *Amore,*

zucchero e cannella (Newton Compton, pagg. 347, € 9,90) è quella di un classico romanzo rosa: Juliet, tradita dal fidanzato, allevia le pene d'amore coi consigli della nonna. E la sua autrice, Amy Bratley, finora era una sconosciuta. Il segreto del boom? Spezie nel titolo e un bel viso in copertina, cioè la formula magica del best seller 2012. Parola di Alberto Rollo, direttore editoriale di Feltrinelli, e di Riccardo Falcinelli, grafico di minimum fax (che al tema ha appena dedicato un volume, *Fare i libri*, minimum fax, pagg. 170, € 15), che ci hanno aiutato a fare un «borsino» di cosa sale e cosa scende in libreria.

SU E GIÙ

COPERTINE	TITOLI
<p>STILE RIVISTA</p> <p><i>Cose che nessuno sa</i> di Alessandro D'Avenia</p> <p><i>1Q84</i> di Murakami Haruki</p> <p>Il volto in primo piano, stile magazine. «Spesso con gli occhi sbarrati. E come se dicesse al lettore: tra tutti questi libri scegli me, ho una storia da raccontare», spiega Falcinelli. «Ma non deve essere troppo bello: mette soggezione».</p>	<p>IL SAPORE È TUTTO</p> <p>GLI INGREDIENTI SEGRETI DELL'AMORE di Nicolas Barreau</p> <p>GIORNI DI ZUCCHERO FRAGOLE E NEVE di Sarah Addison Allen</p> <p>Spezie, ingredienti segreti, ricette, bevande, profumi. «Funzionano perché sono esotici e allo stesso tempo rassicuranti», spiega Alberto Rollo. I più gettonati sono le fragole, lo zucchero e la cannella.</p>
<p>I COLORI FORTI</p> <p><i>Mare al mattino</i> di Margaret Mazzantini</p> <p><i>FABIO VOLO</i> Le prime luci del mattino di Fabio Volo</p> <p>Il mix rosso/bianco/nero. Falcinelli: «Contrastano tra loro e quindi si vedono. E soprattutto non cambiano con la luce. A differenza del verde, che si usa poco perché è mutevole. Vanno molto le figure di spalle, che esprimono struggimento».</p>	<p>UN TOCCO DI MISTERO</p> <p>LA SOLITUDINE DEI NUMERI PRIMI di Paolo Giordano</p> <p>IL PROFUMO DELLE FOGLIE DI LIMONE di Clara Sánchez</p> <p>Non si sbaglia a puntare su «titoli articolati e un po' criptici, che incuriosiscono e sfidano. Per esempio, sulla scorta di <i>La solitudine dei numeri primi</i>, ci sono <i>Il profumo delle foglie di limone</i> e <i>Il linguaggio segreto dei fiori</i>», spiega Rollo.</p>
<p>I DISEGNI</p> <p><i>Utili consigli per il buon investigatore</i> di Alexander McCall Smith</p> <p><i>Le Beatrici</i> di Stefano Benni</p> <p>Quadri classici, copertine disegnate o dipinte, colori tenui. «Le copertine a tempera andavano molto fino a metà anni '90. Ora, con il digitale, sanno di vecchio, di statico. Meglio immagini ritoccate e colori sparati», dice Falcinelli.</p>	<p>IL MONOSILLABO</p> <p>NOI di Walter Veltroni</p> <p>XY di Sandro Veronesi</p> <p>Secondo Rollo, «i titoli sintetici, da <i>Q</i> di Luther Blissett in poi, andavano molto fino a poco tempo fa, ma ora sono quasi spariti. Tramontano anche gli imperativi come <i>Mangia, prega, ama; Non ti muovere</i>».</p>

Dove diavolo l'ho già visto?

Vedete spesso il diavolo in libreria? Non serve l'esorcista, vi siete solo imbattuti in due copertine «gemelle»: quelle del nuovo best seller di Andrea Camilleri, *Il diavolo*, certamente (Mondadori, pagg. 171, € 10) e quello di Bret Easton Ellis, *Imperial Bedrooms* (Einaudi, pagg. 146, € 18). È solo uno dei casi di déjà vu in fatto di copertine che smaschera su Internet il blog copertinedilibri.wordpress.com. I.S.

