

Intervista a Stefano Giovinazzo dell'agenzia letteraria Studio Garamond



Stefano, tu sei l'editore di Edizioni della Sera, cosa ti ha spinto ad aprire anche un'agenzia letteraria? E quali sono le diverse sfide che riscontri in agenzia e in casa editrice?

Occuparmi di Editoria a 360 gradi. L'esperienza di direttore editoriale mi ha dato la possibilità di conoscere a fondo il mercato, il fronte degli autori, le dinamiche della distribuzione, pregi e difetti dell'economia libraria, il rapporto con i media, l'incontro con il pubblico. Con l'agenzia letteraria Studio Garamond voglio conoscere, a fondo, i miei colleghi: gli editori. E, al tempo stesso, avere l'ambizione di scoprire talenti e dare ad ogni testo l'editore giusto per un posto adeguato nel mercato editoriale.

Le sfide di un editore e di un agente letterario pur nelle loro differenze, il primo deve conquistare il mercato e vendere i propri "prodotti" mentre il secondo scova l'opera e cerca di collocarla nel migliore dei modi sul panorama editoriale, non è poi così distante. Lavoriamo con la cultura e, si sa, in Italia è dura per tutti. Ma, d'altronde, questo non è un lavoro per noi: è una missione. Da portare avanti con passione, professionalità e convinzione.

Puoi spiegarci quali servizi offrite e come pensate di distinguervi rispetto alle altre agenzie?

La qualità, innanzitutto. Studio Garamond lavora essenzialmente nel rispetto dell'autore e cerca di arrivare in tempi definiti agli obiettivi prefissati. Editoria, comunicazione e grafica: questi i servizi generali di cui si dota la nostra agenzia. Il focus principale sicuramente è l'editoria con valutazione inediti, editing, correzione bozze e la rappresentanza delle opere che riteniamo valide.

In Italia le agenzie letterarie si stanno affermando in ritardo e con difficoltà rispetto agli altri Paesi, come pensate che stia evolvendo questa situazione? Vedete dei segnali incoraggianti da parte degli autori e degli editori?

Sì, siamo consapevoli che la figura dell'agente oggi, più di ieri in Italia, sia importante. Tra EAP, self publishing e iper produzione editoriale, c'è bisogno di tenere il polso della situazione, fare una selezione serie e adeguata alle risposte del mercato e, nei limiti del possibile, scoprire e sperimentare. Gli editori, oggi, soprattutto i piccoli e i medi, si trovano a dover lavorare su vari fronti e l'appoggio e la fiducia di un'agenzia che lavora nell'interesse di tutta la filiera, può risultare utile per porre all'attenzione dei lavori importanti. Ovviamente tutto deve rientrare in un rapporto di reciproco interesse.

Per quale motivo uno scrittore dovrebbe rivolgersi a un'agenzia letteraria? Pensi che sia sempre meglio proporsi prima a un'agenzia che a un editore?

Per lavorare bene sull'opera e per studiarne le potenzialità. Questi sì. Inoltre, conoscere il mercato editoriale, le dinamiche, gli editori a cui proporre l'opera è fondamentale. Spesso si viene scartati o non si viene letti perché l'approccio verso un editore risulta sbagliato.

Una volta deciso di rappresentare un autore qual è il vostro step successivo? Lavorate voi stessi con gli autori per migliorare il testo o lasciate queste decisioni all'eventuale editore?

Lavoriamo con l'autore e sul testo e, parallelamente, tessiamo relazioni con gli editori che secondo noi potrebbero essere interessati al testo. Licenziato il testo e trovato l'editore adatto, si procede alla valutazione delle clausole contrattuali, discutendo con l'autore, e arrivando ad una pubblicazione che sia proficua per autore, editore e agente. Pubblicato il volume, ci occupiamo inizialmente della comunicazione insieme all'autore fissando presentazioni e lavorando sulla stampa on/off line.

Qual è il servizio che vi richiedono più spesso? E quello di cui invece gli autori avrebbero più spesso bisogno?

Ci richiedono spesso la valutazione inediti e pensiamo che questo servizio insieme alla correzione bozze per presentare un libro degno di essere letto, siano gli aspetti essenziali da affidare ad un'agenzia.

Qual è la vostra opinione riguardo l'editoria a pagamento? Perché tanti aspiranti autori sono disposti a pagare pur di veder "pubblicato" il loro scritto?

La volontà di apparire, l'impazienza e, purtroppo, ancora la poca conoscenza del mercato. Spesso bastano anche due complimenti sulla "bellezza" del testo per convincere l'autore a investire su se stesso. Studio Garamond non si risolve all'EAP, ritenendo l'editore colui che investe sull'opera dell'autore e cerca di valorizzarla sul mercato mettendo in atto i mezzi di cui dispone.

Quali sono i vostri primi obiettivi come agenzia? E quali sono le prime soddisfazioni che state ottenendo?

Prima gli obiettivi: diventare un punto di riferimento come agenzia a cui affidarsi per svolgere un lavoro serio, puntuale, professionale di scouting e affermazione dell'opera. Le soddisfazioni stanno arrivando pur nelle molteplici difficoltà di una start up. Dalle mail degli autori al rapporto fiduciario che stiamo stringendo con gli editori, iniziando dal lavoro quotidiano in redazione da cui nasce tutto.

Infine che consigli vuoi dare a un aspirante scrittore?

Leggere, stare in libreria, frequentare corsi di editoria sia per conoscere il "mestiere" che può sempre tornare utile sia per conoscere gli attori sul campo. Ma soprattutto curare nei minimi dettagli il testo da proporre (all'agenzia o all'editore).

