



IL MANUALE

Ti piacciono i libri, hai le competenze giuste e vuoi diventare anche tu una influencer? Leggi *Book blogger. Scrivere di libri in rete: come, dove, perché* di Giulia Ciarapica (Cesati editore).

FENOMENI

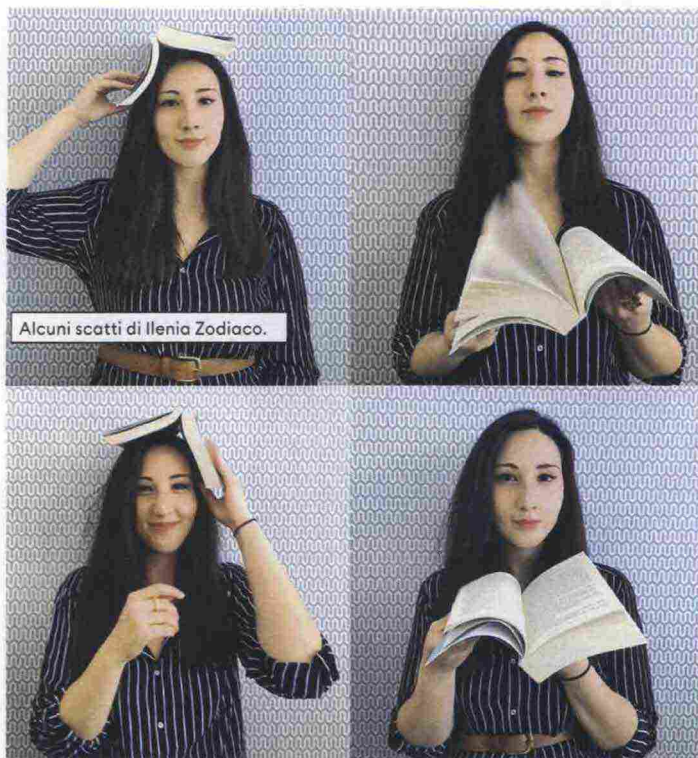
PROFESSIONE BOOKTUBER

di Isabella Colombo

Sono gli influencer letterari, capaci di spostare gusti e acquisti del pubblico. Le loro recensioni su Youtube e Instagram sono così seguite che ormai anche le case editrici li prendono molto sul serio. Qui le storie di tre pionieri del settore

Negli Usa e in Australia quello dei booktubers, gli youtubers che recensiscono libri, è un fenomeno consolidato. In Italia sta esplodendo ora. Basti pensare che i "pionieri" di questo mestiere hanno collezionato in breve tempo da 7 a 12 milioni di visualizzazioni. «Il pubblico comincia ad apprezzare una grande opportunità che offre YouTube: la possibilità di pubblicare contenuti culturali che vadano al di là dei semplici tutorial. Così i booktubers e i video didattici trovano un mercato fertile» spiega Susan Wojcicki, Ceo di YouTube. Lo è a tal punto che il colosso del web ha deciso di investire 20 milioni di dollari per implementare il settore. È per questo che il fenomeno dei vblogger è esploso: sono diventati veri influencer capaci di spostare, con recensioni o stroncature, gusti e acquisti dei lettori. Da parte loro le case editrici hanno iniziato a invitarli alle fiere, a proporgli di parlare dei nuovi volumi e intervistare gli autori. Le storie che presentiamo, e alle quali ci si può ispirare se si amano i libri e si

NEWS



Alcuni scatti di Ilenia Zodiaco.

ALTRI NOMI DA SEGUIRE? MATTEO FUMAGALLI (73.000 ISCRITTI) PUNTA SULL'IRONIA, LEDA MURARO CREA RUBRICHE ORIGINALI COME "I LIBRI PROIBITI PIÙ FAMOSI DEL MONDO"

COSTI E GUADAGNI

A fronte di un investimento nullo (tutti si riprendono con il loro smartphone), i booktuber hanno provvigioni che arrivano dalla pubblicità inserita da YouTube prima dei video e dai link di affiliazione, per esempio ad Amazon e Ibs. Ogni volta che un fan clicca sul link di un volume e lo compra, il booktuber ha una provvigione dell'8%.

hanno le competenze per parlarne, dimostrano come dalla passione per la lettura possano nascere vere opportunità di lavoro.

STEFANIA SOMA, 42 anni, alias Petunia Ollister, è una instagrammer, ha debuttato in tv nello speciale *Lettori '68* di laF (on demand su Sky). Esperta in conservazione di beni culturali, lavora come consulente in ambito editoriale e si è fatta strada grazie al successo del suo format, il #bookbreakfast. «Tutto è iniziato mentre facevo colazione un giorno del 2015: la copertina del libro che leggevo era bella, la tazza del cappuccino aveva lo stesso colore e c'era la luce giusta. Sono salita sulla sedia per fotografare l'insieme dall'alto. Ho continuato a farlo varian-

do fondi, tazze, volumi, accessori e il format ha avuto successo. Gli editori hanno iniziato a propor-mi titoli e le aziende di food prodotti. Ho scritto io stessa un libro in tema per Slow Food, girato un documentario per laF e mi chiamano spesso per le presentazioni di libri in diretta Facebook».

Ha successo perché cura le foto in ogni dettaglio e allestisce un vero e proprio set per ciascuna: niente naturalmente è improvvisato, ha acquistato sfondi in pvc, tovaglie, piatti e tazze di grande effetto che abbina ai colori delle copertine.

ILENIA ZODIACO, 26 anni, ha più di 48.000 iscritti al suo canale YouTube. Catanese trapiantata a Milano, è laureata in Lettere moderne e frequenta un master in editoria. La formazione ideale per parlare di libri sul web. «Sono stata tra i primi in Italia, era il 2013. Attorno a me non trovavo amici con cui confrontarmi sui libri che leggevo così ho deciso di cercarli in Rete tramite un videoblog, ispirandomi ai booktubers americani. Ho avuto seguito da subito, così ho iniziato a pubblicare una volta a settimana. Ho impostato uno sfondo con la libreria, curato la mia immagine e iniziato a mostrare le copertine, un dettaglio importante perché noi lettori siamo anche un po' collezionisti. Grazie al successo del canale, ho trovato lavoro in un'agenzia di comunicazione come esperta social, scrivo di libri per alcune testate e ho avviato il Quasidi, un podcast su responsabilità sociale, etica e ambientale».

Ha successo perché non si limita a intrattenere ma approfondisce le letture. Fa leva sui suoi studi che le permettono di spaziare tra i generi letterari stimolando i più colti e appassionati.

GIULIA DE MARTINI, 23 anni, unisce l'amore per la lettura a quello per il design. Conosciuta sul web come Julie Demar, è una graphic designer e lavora a Milano. Nel suo canale YouTube (la seguono in 73.244), parla di libri, la sua grande passione, ma non solo. «Ho iniziato nel 2015 con video di lifestyle, poi sono passata a elencare i titoli che amavo o che avrei desiderato leggere. Ho una grande libreria, la lettura ha accompagnato tutta la mia vita e mi ha migliorata, è proprio questo il messaggio che mi piace trasmettere. E poiché nel farlo sono me stessa risulterebbe credibile. Grazie a questo canale ho avuto varie opportunità, per esempio ho collaborato con Audible per la presentazione dei nuovi audiolibri e sono stata contattata da Ibs, la libreria online, e inviata per loro al Salone del Libro di Torino».

Ha successo perché ai consigli letterari alterna tips di lifestyle o di moda e design. Un mix che attira un pubblico di lettori meno forti ma più curiosi e attenti al bello e all'estetica.