

## NEWS LIBRI

## Dal book blogger al book influencer: Pennywise e Valentina Aversano a Più Libri

A Più Libri Più Liberi il 5 dicembre si è parlato di influencer dei libri con Andrea Pennywise, book influencer e Valentina Aversano, Social Media Manager di [Minimum Fax](#).

Chiara Ridolfi 06-12-2019



SEGUI SOLOLIBRI SUI SOCIAL



Come si sono evolute le figure che lavorano nella **promozione dei libri e della lettura**? Questo il punto di partenza dell'intervento svoltosi il 5 dicembre a Più Libri Più Liberi. **Andrea Pennywise**, book influencer e Valentina Aversano, Social Media Manager di [Minimum Fax](#) raccontano così al pubblico la figura dell'influencer dei libri e il rapporto che esso ha con i Social Media Manager.

L'intervento è organizzato dall'**AIE** e prima di dare la parola ai relatori **Giovanni Peresson** mostra, attraverso i dati AIE, quanto queste figure abbiano sempre più importanza. Un enorme cambiamento si è avuto negli ultimi anni in questo settore, l'AIE nel 2013 aveva analizzato il web e aveva individuato 28 blogger letterari, mentre le stesse analisi nel 2018 hanno mostrato un'enorme crescita, dato che di blogger letterari ne sono stati individuati ben 74. Sin da questi primi esami si è visto che i libri che venivano recensiti e di cui si parlava nei blog letterari avevano dei leggeri aumenti di vendite. Nel 2019 invece si è visto che ormai sono la maggior parte dei lettori che selezionano le proprie letture sui social, siano essi lettori forti o sporadici.

Il dato è quindi che il consiglio dei social e dei **book blogger** viene prima del consiglio dei librai. Dopo questo breve intervento di Peresson si entra nel vivo del

dibattito e Paolo Armelli, che modera l'intervento, chiede: *cosa si deve fare sui social?*

Valentina Aversano, la Social Media Manager di **Minimum Fax**, spiega che ogni giorno con il suo lavoro cerca di declinare la strategia comunicativa dell'ufficio stampa e fare in modo che la casa editrice incontri i lettori. Andrea Pennywise invece arriva in una forma multipla, perché arriva come bookinfluencer, ma non veste solo questi panni. Andrea Pennywise è partito come molti ragazzi su **Youtube** per raccontare i libri che ogni giorno leggeva e cercava di condividere con gli utenti, dal momento che nessuno dei suoi amici si interessava di lettura. Dopo questo primo amore e hobby è nato il suo lavoro, attualmente infatti lavora in campo editoriale.

Armelli dopo questo primo giorno di risposte chiede qual è il rapporto che Andrea Pennywise e i social di **Minimum Fax** hanno con i lettori. Valentina Avagliano spiega che uno degli elementi più importanti è l'ascolto, che permette di entrare in relazione con i propri utenti. **Minimum Fax** usa i social per creare un ponte e raccontare il percorso del prodotto finito. La chiave è proprio la condivisione, sui social si devono infatti cercare di coinvolgere le persone in un dialogo.

**Pennywise** come influencer cerca sempre di portare le sue letture e di proporle senza filtri; ci sono tanti aspetti che sebbene possano risultare più "pesanti" si possono veicolare in modo giusto e permettono di portare i lettori a interessarsi all'argomento. L'idea di base per entrambi è quella di far passare la lettura come un momento di **intrattenimento** leggero, cercando di togliere la componente di pesantezza che alcune volte si lega a determinati generi.

Paolo Armelli chiede allora quali sono i social che più usano? Per Valentina Aversano ovviamente si parte sempre dal libro, elemento che guida le scelte. **Minimum Fax** è su tutti i **principali social** e cerca di incontrare i lettori dove essi si trovano. Sono presenti su Instagram, Twitter e Facebook e su tutti questi social l'obiettivo è intrattenere le persone, fargli conoscere ogni libro creando delle proposte molto particolari per ciascun libro. Per ogni libro infatti è possibile creare una strategia dal momento che **Minimum Fax** non pubblica moltissimi libri ogni anno e per questo ogni pubblicazione può essere ben curata.

Pennywise a questo aggiunge che serve **competenza** sulla questione, perché si deve conoscere il libro e per ogni social si deve proporre un diverso linguaggio. Ogni volta si deve infatti capire come comunicare il libro su ogni piattaforma social, ad esempio puntando sulle immagini per Instagram oppure sulle parole per Twitter.

Quando ha iniziato, nel 2012, nessuno parlava di libri su Youtube in quel momento il problema principale era stato che gli editori non valutavano questo prodotto, per cui era stato importante scegliere anche delle strade più "tradizionali".

Ora usa molto più Instagram, perché risulta più veloce fare un video su questa piattaforma, rispetto a montare un video di Youtube di 50 minuti. La sua community si è comunque spostata insieme a lui e soprattutto lo ha aiutato a crescere letterariamente, dal momento che autori o editori li ha scoperti grazie alle segnalazioni dei follower.

Anche per [Minimum Fax](#) v è questo scambio con i lettori, che è sempre un elemento di confronto e di crescita, dal momento che anche qui si tratta di una community forte. Questo scambio aiuta l'editore a guardarsi da fuori, permettendo anche di comprendere in che modo migliorarsi.

L'intervento si chiude con una domanda molto interessante: **cosa deve fare un Social Media Manager per cercare un influencer?** La selezione dell'interlocutore è un elemento che [Minimum Fax](#) effettua con molta cura, dal momento che vengono scelti solo tra i profili più in linea con le loro esigenze. Si cerca sempre di avere una relazione con la persona che si va a intercettare e cercare di far scoprire il libro attraverso il canale social di una persona. [Minimum Fax](#) preferisce puntare su un parere personale, su una persona che legga davvero il libro, dando così un suo giudizio personale vero.

Invece **cosa deve fare un influencer per gestire le richieste?** Pennywise afferma che, dal momento che non si parla di creme e rossetti, ma di libri, afferma che si deve cercare di essere trasparenti. Per questo evita sempre di fare post pubblicitari con editori o autori che pagano un compenso, dal momento che c'è una community dietro e vuole rispettare la fiducia che ha ottenuto negli anni. Per lui questa è rimasta una passione, una cosa che fa gratis per cui io si sente libero di dire di no, ma soprattutto di scegliere cosa leggere e di mandare la recensione quando preferisce, dal momento non c'è un compenso dietro. Non si tratta di pubblicità, ma di un lettore che si mostra, spiega Valentina, un lettore vero che poi esterna.

© Riproduzione riservata SoloLibri.net

#### NAVIGA PER PAROLE CHIAVE

Approfondimenti su libri... e non solo

[Minimum Fax](#) - News Libri

LASCIA IL TUO COMMENTO

#### ALTRI UTENTI STANNO LEGGENDO:



[Killer Elite: trama e trailer del film stasera in tv](#)



[Festa dei nonni: le migliori poesie sui nonni da dedicare](#)