

# COME CREARE COPERTINE DI LIBRI DI SUCCESSO

La copertina del libro è probabilmente l'elemento di marketing più importante nell'editoria.

La tua opera, prima dei contenuti, sarà giudicata molto velocemente dallo **sguardo veloce posato sulla copertina del libro**.

**Le copertine di libri che funzionano riportano tutte immagini semplici.**

Immagini come se fossero dei Simboli. Se ci sono troppe idee, la mente mescola i messaggi, non associa in modo chiaro e dimentica.

**L'immagine della copertina del libro deve rimpicciolirsi senza perdere contenuto informativo.**

L'immagine della copertina del libro non deve essere molto dettagliata, con molteplici riferimenti visivi; l'immagine deve contenere un elemento grafico prevalente e che non si confonda né con lo sfondo né con altri elementi grafici presenti nella copertina.

George Foster (il designer americano delle copertine di molti best seller) suggerisce di analizzare **come diventa l'immagine della copertina del libro se convertita in bianco e nero**.

Fai quindi una **fotocopia della copertina**. Se lo sfondo è dettagliato allora aggiungici un titolo in grassetto e con colori che spiccano, sufficientemente largo per essere letto facilmente.

## Individua la tipologia del tuo pubblico

La prima cosa da fare è classificare il tuo libro in base alla categoria dei tuoi lettori, individuando gli elementi che li accomunano.

Ad esempio per libri di successo che si occupano di:

- **benessere**, i colori sono vibranti e solitamente lo sfondo è bianco,
- **cucina**, i colori sono appetibili, 'mangiabili' come il rosso, il giallo e il verde,
- **romanzi d'amore**, le immagini sono 'emozionanti' e si rifanno al cinema, come se fossero locandine di film,
- **affari**, hanno una linea molto pulita, chiara, elegante e con caratteri in grassetto.

**La copertina ti deve emozionare**, ti deve perciò colpire per quello che vedi in pochi istanti.

## Massima attenzione al font sulla copertina del libro

Alla stessa maniera in cui hai scolpito la grafica della tua copertina a immagine e somiglianza della categoria del tuo pubblico, anche per le font delle scritte di copertina devi procedere con lo stesso identico criterio.

George Foster suggerisce che se il tuo titolo contiene più di quattro parole, allora **metti la prima lettera di ogni parola in maiuscolo mantenendo tutte le altre lettere in minuscolo.**

Lo stesso andrebbe fatto per il sottotitolo (se esiste) ma contenendo le maiuscole. Se si ha un ulteriore sottotitolo al sottotitolo, va messo tutto in minuscolo.

Ricorda sempre che la **tua missione è convertire efficacemente un messaggio e non creare ingombro.**

## Quali sono i messaggi mandati dai colori?

Se ti interessa approfondire la psicologia dei colori, George Foster spiega che

- **il giallo** trasmette ottimismo, chiarezza e calore,
- **l'arancione**: cordialità, allegria e fiducia,
- **il rosso**: eccitazione, giovinezza e coraggio, è emozionante per le donne e rischioso per gli uomini,
- **il viola**: creatività, immaginazione e saggezza,
- **il blu**: affidabilità, fiducia e forza, preferito molto di più dagli uomini che dalle donne,
- **il verde**: tranquillità, crescita, salute e tempo libero,
- il grigio: equilibrio, imparzialità e calma,
- **il rosa**: rilassante per gli uomini e terapeutico per le donne,
- il nero: trasmette autorità, romanticismo, ricchezza, moda, mistero, e quando è combinato col rosso trasmette pericolo: infatti i romanzi criminali di successo molto spesso hanno le copertine rosse e nere,
- il bianco è purezza, pulizia e credibilità.