

Editoria /1

Antonio Moresco riscrive le fiabe per il marchio Sem

di **Cristina Taglietti**

Ottavio Cappellani, Antonio Moresco, ma anche *Love Divina*, la nuova serie argentina per lettori dagli 8 ai 13 anni, erede dei successi del *Mondo di Patty* e di *Violetta*. Insomma un misto di letteratura, intrattenimento e prodotti *main stream*. Tutti disponibili nel formato carta, ebook, audiolibro. La casa editrice Sem, fondata da Riccardo Cavallero con Antonio Riccardi e Valerio Giuntini, tre ex Mondadori (alla società partecipa Feltrinelli con il 37,5%), a sei mesi e dodici titoli dalla nascita, è tra i piccoli marchi che animano una scena editoriale vivace dove il mercato aumenta (di pochissimo) il fatturato ma non le copie (salgono i



Antonio Moresco

prezzi di copertina). «Siamo un marchio un po' anomalo — dice Cavallero — facciamo narrazioni. Pezzi unici, niente collane, purché raccontino delle storie». Tra quelle in arrivo c'è, a settembre, *Sicilian Comedi* di Ottavio Cappellani («Shakespeare incontra i Soprano),

che sarà a Pordenonelegge in dialogo con David Leavitt, *Ritratto di famiglia con errore*, un esordio di Paolo Valentino. A novembre, *Non sono un mostro*, della spagnola Carme Chaparro, e, a Natale, un volume di Antonio Moresco, con le illustrazioni di Michele Samorì. Moresco riscrive le fiabe classiche misurandosi con i grandi autori del genere, da Perrault a La Fontaine, da Andersen ai fratelli Grimm, ma anche con *i cunti* di Giambattista Basile e con gli autori ignoti. Insomma, un corpo a corpo con la tradizione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

