

**LUISA CAPELLI**

# **ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE EDITORIALI - 2024/25**

**Il sistema di creazione del valore  
nell'editoria libraria tradizionale e i suoi diversi attori**

# UN SISTEMA DI CREAZIONE DEL VALORE È:

- \* un insieme di attività che crea valore, sfociando in atti di consumo volti a soddisfare bisogni;
- \* le attività vengono svolte impiegando risorse materiali, immateriali e umane e sono legate tra loro da flussi di materiali, informazioni, risorse economiche, relazioni di potere;
- \* il governo delle attività può essere garantito dal mercato, dalla gerarchia o da forme ibride;
- \* possono parteciparvi più attori economici (imprese, famiglie, enti pubblici, organizzazioni no profit, ecc.) che svolgono una o più attività (confini del sistema difficilmente definibili);
- \* i consumatori finali possono anche svolgere attività di creazione del valore;
- \* ogni attore può partecipare a più sistemi di creazione del valore.

# GLI ATTORI FONDAMENTALI DEL SISTEMA DI CREAZIONE DEL VALORE NELL'EDITORIA LIBRARIA TRADIZIONALE

redazione/edizione

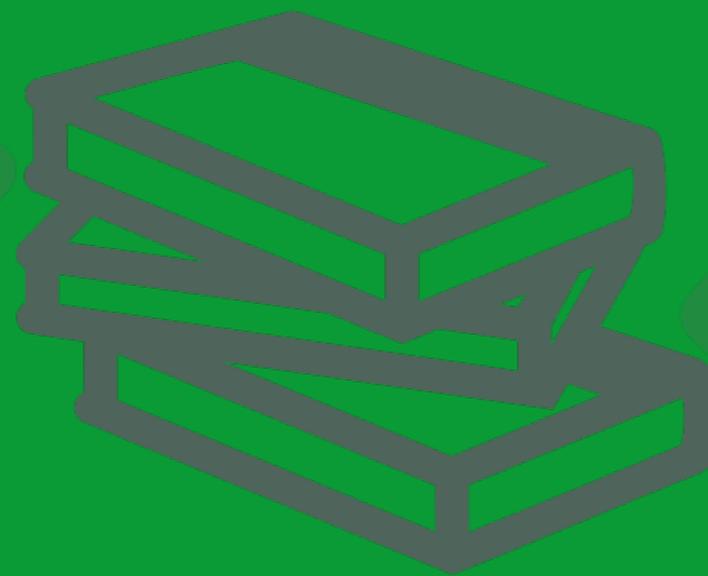
gestione rese

autore

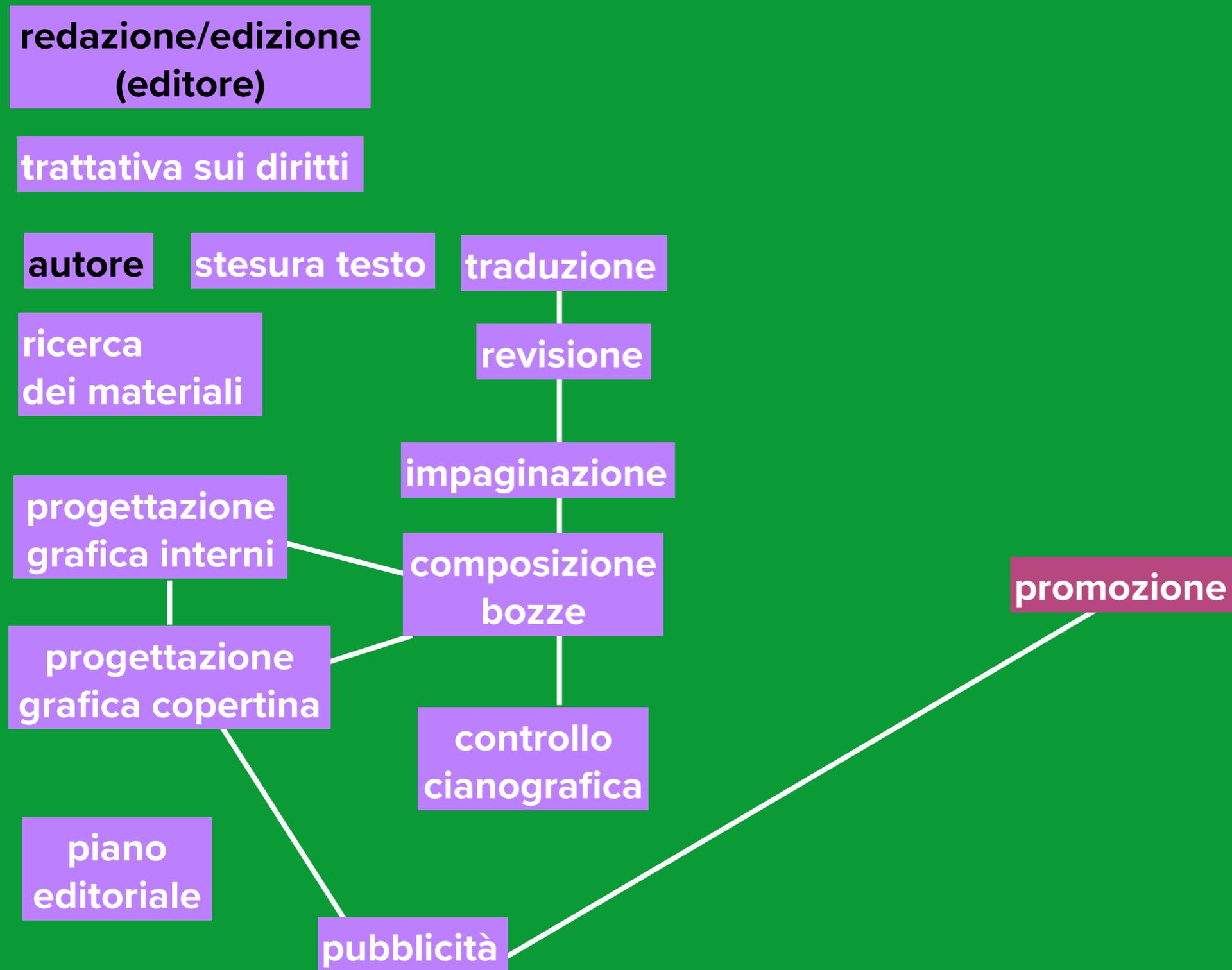
consumo dei libri

stampa

distribuzione

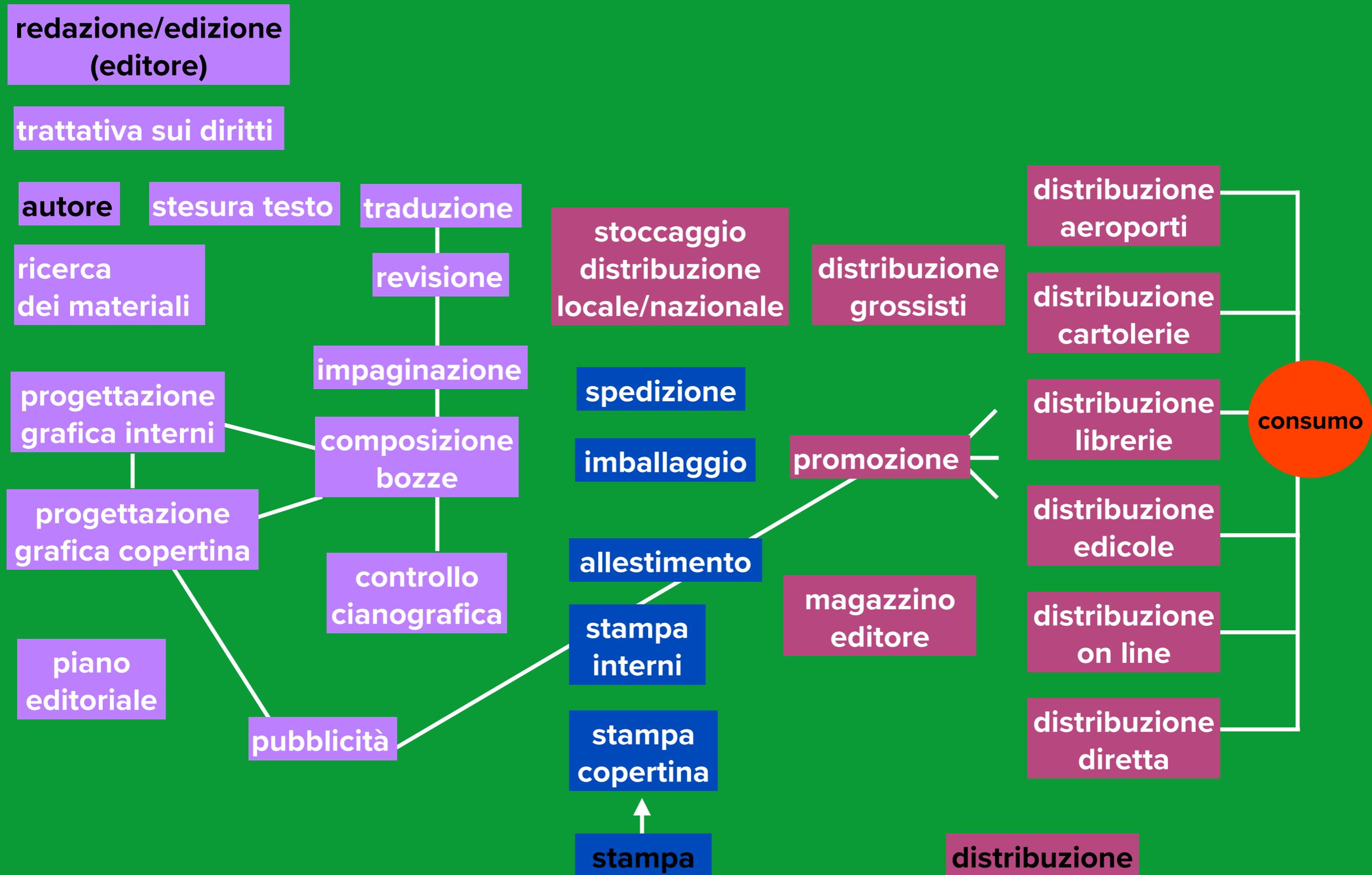


# GLI ATTORI FONDAMENTALI: REDAZIONE/EDIZIONE E AUTORE

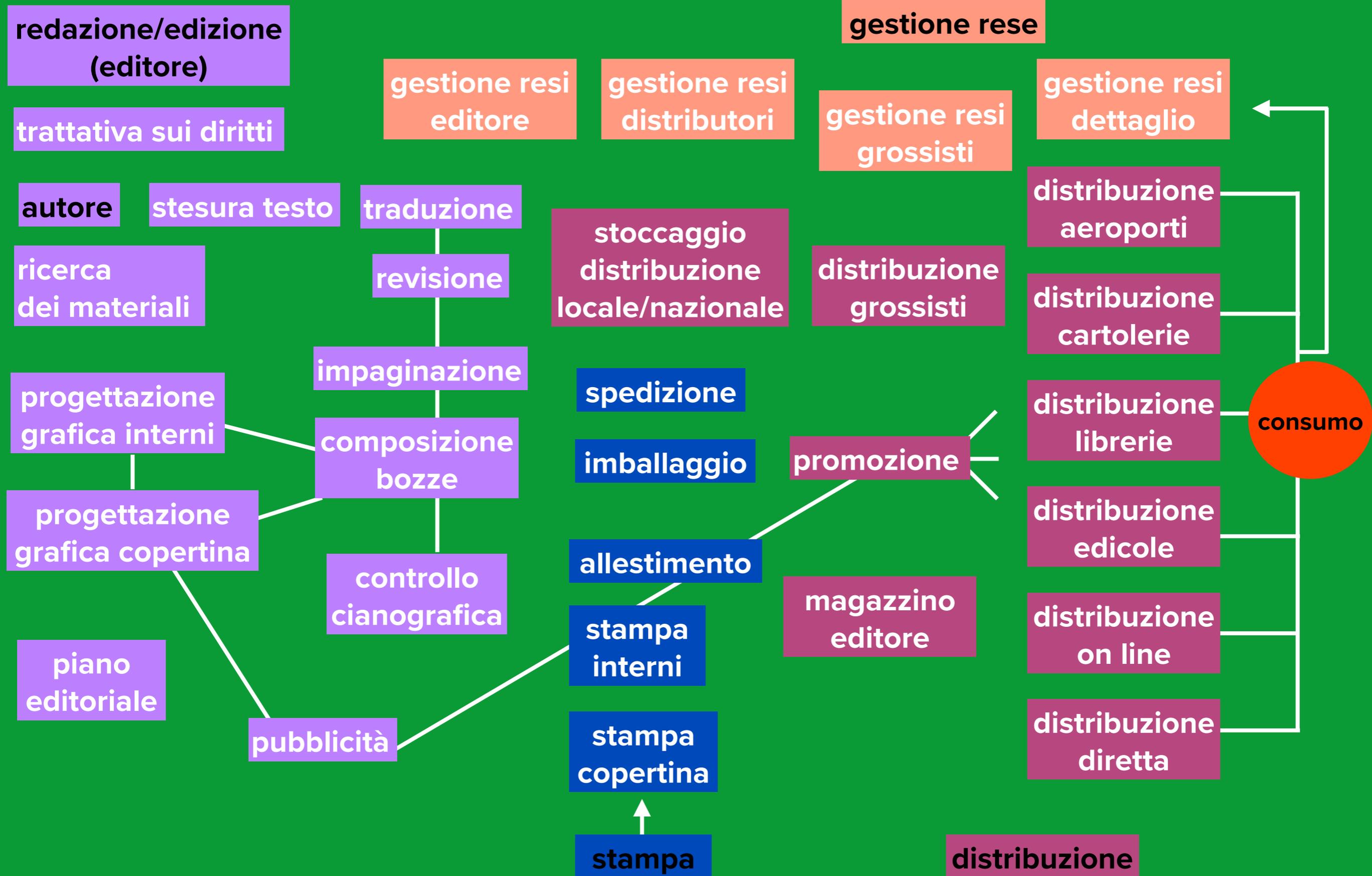




# GLI ATTORI FONDAMENTALI: DISTRIBUZIONE E CONSUMO



# GLI ATTORI FONDAMENTALI: GESTIONE DELLE RESE



# GLI ATTORI FONDAMENTALI: DIREZIONE EDITORIALE

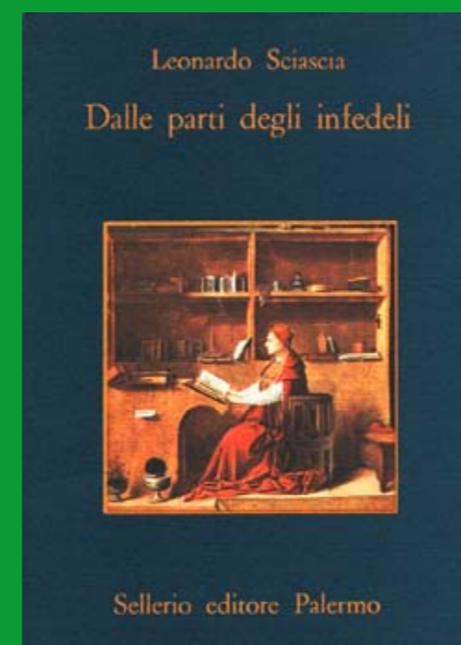
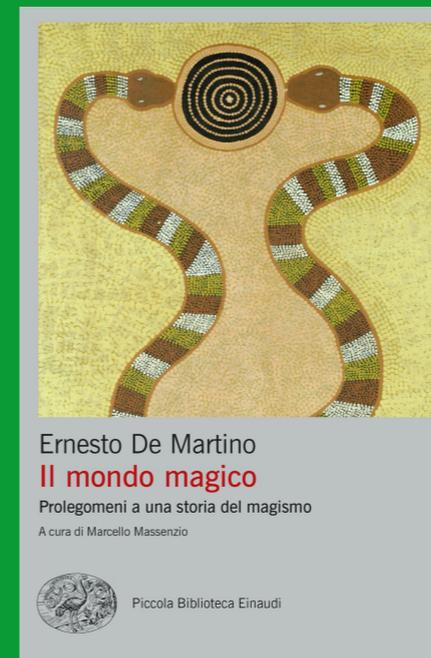


Palazzo Mondadori a Segrate, Oscar Niemeyer

# GLI ATTORI FONDAMENTALI: DIREZIONE EDITORIALE

costruzione del piano editoriale → si compiono le scelte fondamentali

i generi e la struttura in collane → narrativa, saggistica, varia, scolastica, ecc. (tipologie di editori e differenti scelte di struttura del catalogo)



# GLI ATTORI FONDAMENTALI: DIREZIONE EDITORIALE

costruzione del piano editoriale

→ si compiono le scelte fondamentali

i generi e la struttura in collane

→ narrativa, saggistica, varia, scolastica, ecc. (tipologie di editori e differenti scelte di struttura del catalogo)

gli orientamenti culturali e di politica editoriale

→ le scelte “di campo” dell’editore: quali aree si esplorano (autori, stile dei libri, pubblico)

i canali di distribuzione e gli obiettivi di mercato

→ canali diversi per pubblici diversi

le reti di promozione e gli strumenti pubblicitari

→ tipologia delle reti (più o meno integrate) e il piano di marketing

la relazione con i consulenti

→ editor, agenti, direttori di collana, autori, altre case ed.

la costruzione del catalogo

→ equilibrio difficile tra novità, ristampe, nuove edizioni

la costruzione del budget

→ risorse disponibili e loro distribuzione; previsione e la gestione della crescita

la ricerca e lo sviluppo in nuove direzioni

→ attenzione a innovazione e investimento in nuove attività (per interi settori di mercato, per nicchie, per tecnologie, per supporti)



# GLI ATTORI FONDAMENTALI: REDAZIONE

**editore**

l'editore tratta con la casa editrice dell'e. originale, con agenti o autori

**trattativa sui diritti**

**autore**

l'e. si accorda con autore e/o traduttore per caratteristiche, tempi di consegna e modifiche

**stesura del testo**

l'autore, il traduttore o la redazione raccolgono i materiali

**ricerca dei materiali**

**traduzione**

traduzione affidata a buon conoscitore lingua di partenza, argomento e lingua di arrivo

**revisione**

revisione effettuata da redazione o da curatore

**redazione**

**impaginazione**

**progettazione grafica interni**

redazione, grafici e tecnici decidono impaginazione e cover in relazione a collana e caratteristiche dell'opera

**composizione bozze**

impaginazione e composizione interna o esterna a redazione

**progettazione grafica copertina**

il direttore editoriale colloca l'opera nel piano editoriale

**controllo cianografica**

il "visto si stampi" viene sempre dato dalla redazione

**definizione piano editoriale**

**promozione / pubblicità**

tutte le iniziative rivolte ai diversi pubblici potenzialmente interessati

**stampa copertina**

**stampa interni**

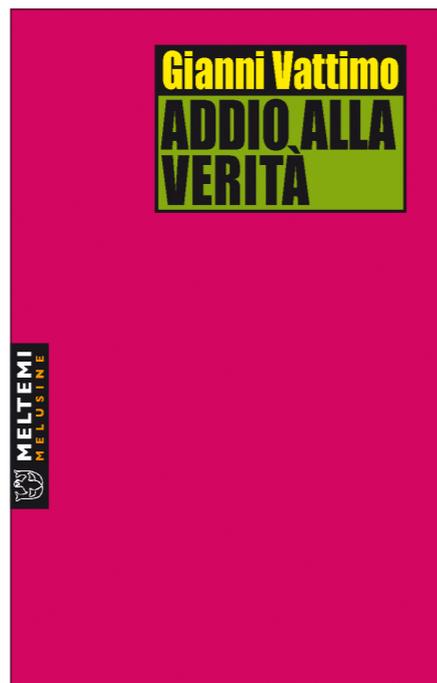
# GLI ATTORI FONDAMENTALI: PROMOZIONE

marzo  
2009

Gianni Vattimo

## Addio alla verità

Collana Melusine, 78  
Pagine 120  
Prezzo €13,00  
ISBN 978-88-8353-648-9  
Formato 12x19



### L'AUTORE

Gianni Vattimo insegna Filosofia Teoretica presso l'Università di Torino, dove è stato Preside della Facoltà di Lettere e Filosofia. Ha tenuto seminari e conferenze in università di tutto il mondo. Socio dell'Accademia delle Scienze di Torino, ha diretto la «Rivista di Estetica» e collabora con diversi quotidiani e riviste italiane e straniere. Ha ricevuto le lauree honoris causa dalle Università di La Plata e Palermo (Argentina, 1996 e 1998) e di Madrid (2006). È Grande ufficiale al merito della Repubblica italiana e vicepresidente dell'Academia de la Latinidade. Dal 1999 al 2004 è stato deputato al Parlamento di Strasburgo.

Tradotte in molte lingue e note in tutto il mondo, le sue opere vengono ora ripubblicate completamente da Meltemi. Sono già usciti il volume introduttivo e il primo tomo del primo volume (*Ermeneutica*).

### L'OPERA

A pochi mesi di distanza dall'avvio della pubblicazione delle sue Opere complete, Gianni Vattimo propone ai lettori un nuovo libro, che raccoglie alcuni saggi di religione, etica e politica scritti negli ultimi anni. "Addio alla verità" è un modo di esprimere, sia pure paradossalmente, la situazione della nostra cultura attuale, sia nei suoi aspetti teorici e filosofici, sia nell'esperienza comune. In quest'ultima, diventa sempre più evidente per tutti che 'i media mentono', che tutto è un gioco di interpretazioni non disinteressate e non necessariamente false, ma appunto orientate secondo progetti e aspettative, scelte di valore, diverse". La convinzione di Vattimo è che l'idea stessa di verità nella filosofia degli ultimi decenni sia giunta al tramonto. "Ma questo tramonto dell'idea di verità oggettiva nella filosofia e nell'epistemologia non sembra ancora esser entrato nella mentalità comune; la quale è ancora profondamente legata all'idea del vero come descrizione obiettiva dei fatti".

In modo apparentemente paradossale, la conclusione a cui Vattimo vuole arrivare è che l'addio alla verità è l'inizio, e la base stessa, della democrazia: "Prendere atto che il problema del consenso sulle singole scelte è anzitutto un problema di interpretazione collettiva, di costruzione di paradigmi condivisi o comunque esplicitamente riconosciuti, è la sfida della verità nel mondo del pluralismo post-moderno".



nottetempo

novità catalogo autori stampa foreign rights contatti acquisti piazzaemezza

sei in: home > catalogo > cronache > Vietato leggere

### Vietato leggere



Dubravka Ugrešić

collana: cronache  
88-7452-061-1  
pagine: 344  
14 x 20 cm - brossura filo refe  
prezzo: € 15,00  
Gennaio 2006  
Vietato leggere

acquista il libro

*Vietato leggere* è una spumeggiante raccolta di brevi scritti sulla letteratura, la cultura letteraria e l'industria culturale, dal punto di vista di uno scrittore in esilio. E sui difficili rapporti fra uno scrittore e i suoi mediatori letterari: agenti, editori, librai... Dubravka Ugrešić scrive nella sua introduzione che una delle sue maschere è quella di "una brontolona dell'Europa dell'Est confusa dalle dinamiche del mercato globale del libro", ma il suo tono è leggero, brillante, spiritoso. Molti degli episodi che racconta sono esperienze personali, vissute con ironia e distacco. Attraverso la sua prosa scintillante, si viene a contatto con il mondo segreto dell'industria culturale, e con la strada accidentata che un libro deve compiere per cadere nelle mani del suo ultimo beneficiario, il lettore. Una cronaca insolita, forse unica, di un'esperienza e di un universo di cui non vediamo di solito che la superficie, il piccolo iceberg emerso in forma di libro.

Traduzione di Milena Djokovic

autore  
Dubravka Ugrešić



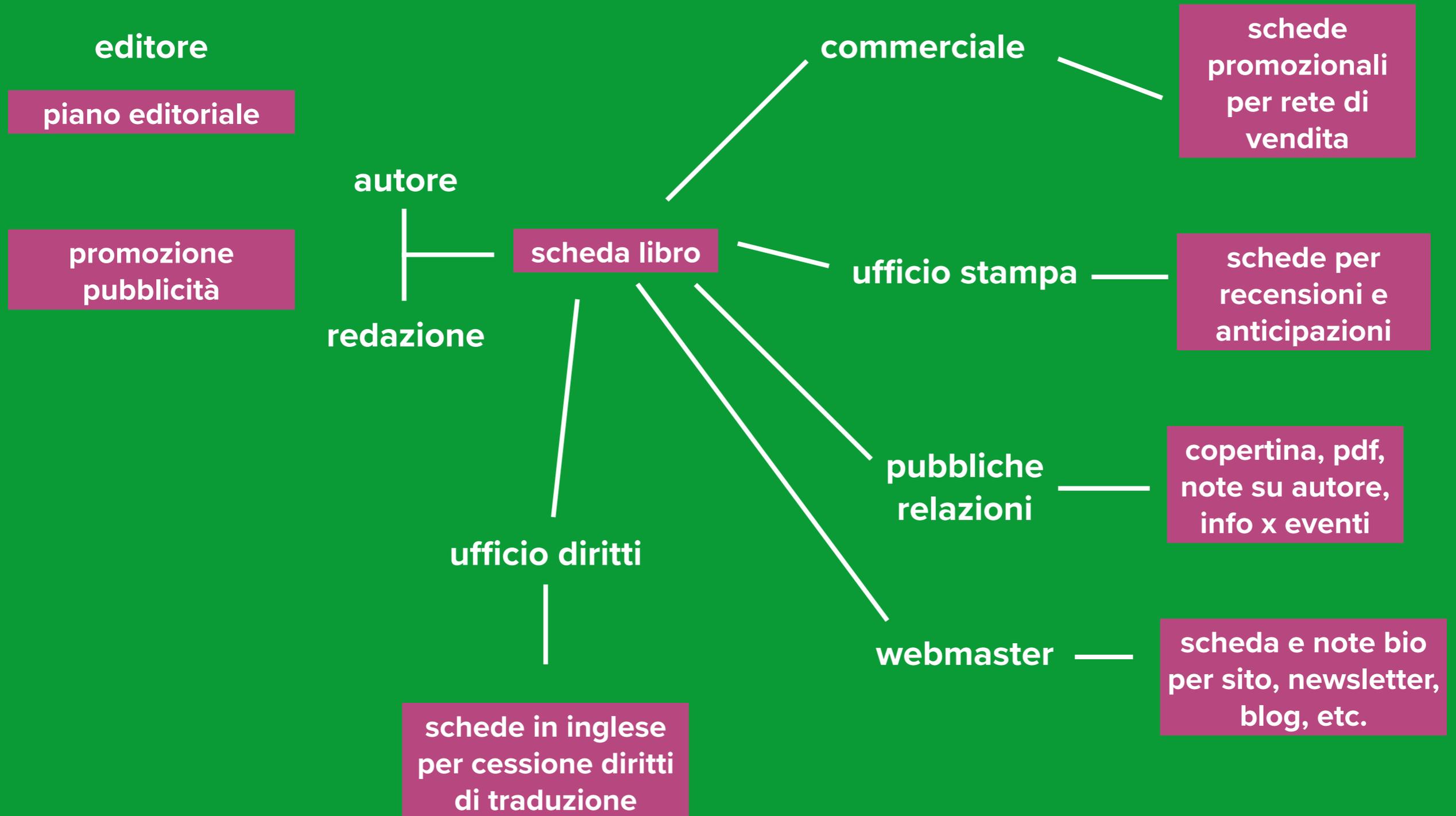
la stampa

segnalibro

video

manoscritti

# GLI ATTORI FONDAMENTALI: PROMOZIONE



# SINTESI DEL CALENDARIO EDITORIALE

Gennaio							Febbraio							Marzo							Aprile							
Lun	Mar	Mer	Gio	Ven	Sab	Dom	Lun	Mar	Mer	Gio	Ven	Sab	Dom	Lun	Mar	Mer	Gio	Ven	Sab	Dom	Lun	Mar	Mer	Gio	Ven	Sab	Dom	
		1	2	3	4	5						1	2						1	2		1	2	3	4	5	6	
6	7	8	9	10	11	12	3	4	5	6	7	8	9	3	4	5	6	7	8	9	7	8	9	10	11	12	13	
13	14	15	16	17	18	19	10	11	12	13	14	15	16	10	11	12	13	14	15	16	14	15	16	17	18	19	20	
20	21	22	23	24	25	26	17	18	19	20	21	22	23	17	18	19	20	21	22	23	21	22	23	24	25	26	27	
27	28	29	30	31			24	25	26	27	28			24	25	26	27	28	29	30	28	29	30					

# GLI ATTORI FONDAMENTALI: DISTRIBUZIONE E VENDITA



# GLI ATTORI FONDAMENTALI: DISTRIBUZIONE E VENDITA

