

La Bottega Editoriale 2024.
Libri in bilico tra didattica e mercato

Il workshop nasce nel 2020, con diversi obiettivi: mettere a frutto le competenze acquisite durante la didattica d'aula, con un focus sui mestieri di scout e editor, migliorare la capacità di lavorare in gruppo e quelle di presentare le proprie idee per "convincere".

Nella sua quinta edizione si tiene sotto la supervisione Paolo Antonini (ArtsFor_).
Gli editor che partecipano al progetto sono: per la saggistica Dario Rossi (UTET), per i ragazzi Elisabetta Sedda (DeAgostini), per la varia Patrizia Segre (HarperCollins).

Di seguito i progetti editoriali proposti dagli studenti e presentati in aula il 3 maggio:

Saggistica

Togli quel like. Come agisce su di noi l'economia dell'attenzione

Progetto a cura di: Irene Arpe, Vittoria Gualandi, Rachele Meloni, Maria Santagata

Crediamo ancora nell'amore? 13 punti di vista su relazioni sentimentali e sessualità

Progetto a cura di: Sofia Castagna, Clara De Andreis, Sophie Grange, Greta Palmazio

Alfabeto UTET: voto, like, algoritmo

Progetto a cura di: Federico Pinelli, Camilla Rimoldi, Mattia Zerbini

Varia

Fungomania. Come i funghi cambieranno il nostro futuro

Progetto a cura di: Anna Berzieri, Arianna Canil, Martina Zanin

Quaderno dei compiti delle vacanze per adulti - Paesi e culture del mondo

Progetto a cura di: Francesca Affer, Lorenza Baglieri, Laura Panaggio, Gabriele Tomasi

Ragazzi

Si fa presto a dire Romance. Guida all'educazione sentimentale

Progetto a cura di: Irene Brenca, Leila Bussi, Selene Forsanini, Viola Sanna

Destinazione Pianeta Terra. Ma come fate a dire che qui è tutto normale?

Progetto a cura di: Francesca Caminada, Allegra d'Imporzano, Roberta Gerbasi, Giulia Russino

COSA SI PROPONE E PERCHÉ

Un saggio divulgativo che affronti i fenomeni problematici legati a un uso poco consapevole dei social media da parte degli utenti e di uno sfruttamento manipolatorio del proprio lavoro da parte dei social media manager e content creator (sharenting, pink/green/rainbow washing etc.). Recentemente, inoltre, il tema dello sharenting (l'esposizione dei minori sui social media da parte dei genitori) sta riscuotendo grande interesse internazionale, e sta rendendo sempre più necessaria una regolamentazione legislativa.

L'AUTRICE: SERENA MAZZINI



“Io credo che chi si occupa di comunicazione digitale abbia il dovere morale di interrogarsi sul proprio operato e di come ciò che facciamo abbia effetti su tutta la società. Noi abbiamo gli strumenti e i mezzi per far emergere i lati oscuri dei social network. Siamo noi che dovremmo sottolineare ai legislatori che ci mancano gli strumenti legali per operare.”

Serena Mazzini è social media strategist e content editor per grandi agenzie di comunicazione. È esperta del mondo digitale, i cui fenomeni analizza per quotidiani, programmi radiofonici e sul suo profilo Instagram, dove ha oltre 117 mila follower. È co-autrice del podcast di Selvaggia Lucarelli per Chora Media “Il Sottosopra” e insegnante alla Naba e a La Scuola del Fatto Quotidiano.

Di recente, Mazzini ha riportato alla Camera dei Deputati i risultati di oltre tre anni di ricerche sull'esposizione dei minori sui social network, in occasione della presentazione della proposta di legge da parte di alleanza Verdi-Sinistra sulla regolamentazione dello sharenting.

TOGLI QUEL C***O DI LIKE

COME AGISCE SU DI NOI
L'ECONOMIA DELL'ATTENZIONE



QUARTA DI COPERTINA

«I social hanno dato vita a una narrazione egoriferita, individualista e consumistica costruita attorno a tropi stereotipati in competizione tra loro per la conquista di un posizionamento social(e) che porta visibilità e, quindi, un maggior valore commerciale.»

SINOSSI

Quanto tempo passiamo sui social network? Quali sono i contenuti che ci attraggono di più? Tutti ci siamo commossi davanti alle foto del figlio della nostra celebrità preferita, tutti acquistiamo prodotti di cui non abbiamo bisogno perché gli influencer ce li consigliano, tutti abbiamo temuto di soffrire di disturbi psichici analoghi a quelli descritti da altri utenti. Tutto ciò non è successo per caso: i comportamenti che adottiamo online sono influenzati dalle risposte emotive a contenuti creati per dirigere i nostri gusti e desideri. Per la prima volta nella storia chi crea questi contenuti è chiamato a risponderne, come confermano le prime proposte di legge che tentano di regolamentare questi fenomeni, in Europa e negli Stati Uniti.

In questo brillante saggio, Serena Mazzini indaga e decostruisce alcune delle dinamiche più problematiche dei social network. L'autrice non si rivolge solo agli esperti del settore, ma soprattutto ai fruitori dei social: con profondità di analisi ed esempi concreti mostra i meccanismi usati da chi amministra le piattaforme social per attirare la nostra attenzione e fidelizzarci, spiegandoci anche perché spesso, alla fine, ci riesce.

PROMOZIONE

UFFICIO STAMPA

Articoli di presentazione e recensione del libro su quotidiani con cui Mazzini collabora («Domani» e «Il Fatto Quotidiano»)

Puntata del podcast “Voce ai libri” di Silvia Nucini, che si occupa anche di titoli di saggistica
Ciclo di presentazioni in librerie indipendenti selezionate (es: Libreria Golem a Torino, Libreria delle donne e Libreria Anarres a Milano, Libreria L'ornitorinco a Firenze)

Ciclo di presentazioni in festival ed eventi culturali (es: Festival della Letteratura Working Class alla GKN di Firenze, Salone del libro di Torino con Selvaggia Lucarelli)

GITAL MARKETING

anner e inserzioni targettizzati con Google Ads internazionale o Il Post, che contano su lettori potenzialmente interessati ai temi trattati da i)

nunci audio o annunci banner su Spotify rati dall'autrice

ampagna promozionale sui canali social della a editrice, con post in organico e video

ponsorizzati in cui l'autrice spiega brevemente alcuni termini approfonditi nel libro che non sono di uso comune (vd. sharenting)

Video promozionali di Lucarelli sponsorizzati sui social

Inserzioni e annunci sponsorizzati su LinkedIn

CONTO ECONOMICO

- Pagine: 240
- Prezzo: 17,50€
- Prima tiratura: 5000 copie
- Costo copia: 1,30€
- Diritti d'autore: royalty 8%
- Anticipo: 2500€
- ♦

Crediamo ancora nell'amore?

13 punti di vista su relazioni sentimentali e sessualità

L'essere umano è naturalmente monogamo o vuole solo tradire liberamente? Il calo della natalità ha a che fare con un nuovo modo di concepire le relazioni? Abbiamo bisogno di nuove forme di amore?

L'antologia è composta da contributi afferenti a diverse aree e campi di indagine, che osservano diverse forme relazionali attraverso una sorta di prisma che moltiplica i punti di vista allargando il dibattito. Il tema delle relazioni amorose suscita un sempre maggiore interesse (attivismo online e social media) e molte sono state le pubblicazioni di successo su questa tematica (es. Jennifer Guerra Il capitale amoroso, Michela Murgia Dare la vita, Brigitte Vasallo Per una rivoluzione degli affetti...), ma manca ancora un volume che tenti di accorpate diversi contributi provenienti da differenti studi ed esperienze.

Il target

Il target è trasversale, sia per età che per competenze e aree di interesse del lettore. Si combinano infatti contributi di figure provenienti dal mondo social e pop con autori più specializzati, per suscitare l'interesse di lettori più o meno connessi.

Gli autori e le autrici

- Giulia Zollino
- Giuseppe Cruciani
- Lorenzo Petrachi
- Andrea Colamedici
- Davide Susanetti
- Chiara Albanese
- Carla Fronteddu
- Sumaya Abdel Qader
- Federica Gregoratto
- Carlo Ghidelli
- Francesco Remotti
- Chiara Grasso
- Cathy La Torre

Il publishing

- 160 pagine, di cui 3 pagine di Indice, 3 pagine di Premessa editoriale e circa 10/15 pagine per ogni intervento.
- Edizione in brossura con alette.



Alette: sinossi e indice

Sex workers, coppie aperte, poliamore, famiglie nucleari; ma anche cali delle nascite, revenge porn, cultura dello stupro, influenze letterarie, liberazione sessuale. Il tema delle relazioni e, più nello specifico, delle modalità con cui ci avviciniamo gli uni agli altri è una delle questioni più rilevanti della nostra attualità e, forse, quella su cui si sta accendendo, negli ultimi anni, uno dei dibattiti più incandescenti della nostra contemporaneità.

Non c'è da stupirsi: si tratta, d'altronde, di un argomento che riguarda tutti quanti, e molto da vicino – e che va a toccare, e a smuovere, le corde più scoperte e sensibili del nostro essere umani. La rilevanza del tema non riguarda unicamente, però, una sua intrinseca importanza a livello sociale e d'immaginario: ha a che fare, anche e soprattutto, con la mancanza di uno stretto accordo su che cosa si possa (o non si possa), al giorno d'oggi, chiamare amore. È possibile che questo sentimento sia caduto sotto i colpi prosaici delle necessità quotidiane, per essere sostituito da altri tipi, magari più efficienti, di legame? E in tal caso, quali? O non è forse possibile che esso si annidi anche in quei tipi di relazione che i più conservatori non esiterebbero a definire «contro natura»?

Questo libro riunisce queste e molte altre domande sotto un interrogativo generale, insieme reale e provocatorio: Crediamo ancora nell'amore? I punti di vista presi in considerazione sono molteplici, e la lente d'analisi varierà di volta in volta: filosofica, sociologica, politica, letteraria, televisiva, storica, religiosa, antropologica, relativa al mondo social. Nel cercare una risposta, questi tredici interventi moltiplicheranno però contemporaneamente le domande possibili, dando così pienamente conto dell'ampiezza e delle sfaccettature di una delle tematiche più controverse e importanti di oggi.

Giulia Zollino

Not all relazioni

Giuseppe Cruciani

Il paradosso della trasgressione

Lorenzo Petrachi

Amicizia o amore?

Andrea Colamedici

La filosofia della relazione

Davide Susanetti

Eros pandemio

Cbiara Albanese

Progressisti o reazionari?

Carla Fronteddu

Tra immaginario e realtà

Sumaya Abdel Qader

Una religione per donne?

Federica Gregoratto

Violenze di genere dietro la cinepresa

Carlo Gbidelli

Non vogliamo più figli?

Francesco Remotti

Deviazioni contro natura?

Cbiara Grasso

Relazioni animali

Cathy La Torre

Possesso e libertà

Progetto grafico ... studio



utetlibri | deagostinilibri

www.utetlibri.it
www.deagostinilibri.it

Strategia di promozione

- Operazione di **seeding marketing** (circa 2000 € totali) con collaborazione pagata con due influencer. **Box** con: una copia del libro, un cartolina, un QR code che rimandi alle puntate del podcast a cui alcuni autori parteciperanno, una **tote bag** con citazione a tema amoroso.
- Invio più generalizzato della tote bag a diversi (30/40) creators, che saranno così incoraggiati a creare contenuti, e alla realizzazione di alcune pubblicità sponsorizzate su Instagram.
- Contenuto extra (1200€): **podcast**. Partecipazione di alcuni autori, quelli più efficaci per l'ascolto a podcast in voga che trattano di argomenti di attualità, (come Muschio Selvaggio, Sigmund e Tintoria).
- **Eventi fisici**: in occasione di un festival o una fiera, un evento che prevede un dibattito sotto forma di speed date con tutti o alcuni autori dell'antologia, per riprendere il tema del volume.

Il conto economico light

- pagine: 160
- prezzo: 18,00 €
- numero di copie: 3000
- costo copia: 0,80 €
- diritto d'autore nullo e anticipo nullo (compensi agli autori forfettari)

ffire Alfabeti UTET: voto, like, algoritmo



IL PARTITO DEL NON VOTO

Perché lo proponiamo?

Nel 2024 oltre il 50% della popolazione mondiale è chiamata alle urne. È il momento perfetto per una riflessione sul significato del voto nel mondo contemporaneo e sulla condizione delle democrazie.

Proposta di quarta:

Il rapporto tra gli elettori e le classi dirigenti, tra voto e astensionismo, tra fiducia e sfiducia nei governi. Quali forme democratiche sono sopravvissute? Quale sarà il futuro del voto?

Sinossi:

Dagli Stati Uniti all'India, dalla Russia all'Unione Europea, nel 2024 più di 4 miliardi di persone sono chiamati alle urne. Il voto però, il più grande strumento della democrazia sin dall'antichità, sta diventando oggi oggetto di dibattito e di profonda riflessione. Con l'aumento della sfiducia nei confronti dei sistemi politici e delle classi dirigenti, cresce anche l'astensionismo, considerato ormai una prassi in molte realtà. E mentre ad alcune latitudini si diventa leader con l'88% delle preferenze, e con un'affluenza elevatissima, in altre il partito a riscuotere maggior successo sembra essere quello del "non voto". Ma esiste ancora la democrazia oggi? E se esiste, è lo stesso *governo* del popolo di cui ci parlavano i Greci 2500 anni fa?

Partendo da queste suggestioni Luciano Canfora si interroga sul significato della democrazia e sulle declinazioni e i connotati che il voto e il rapporto tra la politica e i meccanismi elettorali assumono nel terzo millennio.

Target: giovani, studenti universitari, attivisti politici, appassionati.

Dati tecnici: pagine: 144. Dimensioni: 12.1 x 1.3 x 19 cm. Prezzo: 15 euro. Publishing: brossura con alette. Carta: usomano gr. 80/mq.

Promozione:

- Inserzione su Internazionale (>90mila abbonati) più banner nella newsletter
- Ree! su TikTok e Instagram sui profili di UTET con pillole dell'autore sui temi trattati
- Sponsorizzazione su Instagram nel periodo del lancio (eventuale)

VOTO

- Tiratura: 5000
- Prezzo a copia: 1,40 €
- Anticipo: 5000 €
- Royalties: 10%
- A&P: 2500 €

LA DITTATURA DEL LIKE

Perché lo proponiamo?

Tra doomscrolling e likebombing, un saggio che esplori la realtà dei rapporti nell'epoca dei social network. Un'analisi di come like, cuoricini e commenti siano diventati lo strumento che determina il valore della nostra vita.

Proposta di quarta:

Un commento, un cuore, un'onda di gratificazione o di rifiuto. Quali sono le implicazioni a lungo termine della cultura del like sulla nostra società e sulla nostra percezione di successo e felicità.

Sinossi:

Simbolo onnipresente della nostra epoca digitale, il like è diventato valuta sociale, termometro emotivo e ossessione moderna. Nel vasto oceano dei social media, tra selfie filtrati e status update curati, il successo si misura in cuoricini e commenti e nessuno è immune all'irresistibile richiamo del palcoscenico digitale, dagli influencer ai comuni mortali. Ciascun like è un piccolo raggio di luce che ci guida nel buio dell'anonimato digitale, un segno tangibile che qualcuno ci nota, ci apprezza, ci capisce. Eppure, dietro questo incessante ciclo di approvazione e gratificazione si celano una forte fragilità – la paura di essere ignorati, respinti o dimenticati – e un profondo desiderio di connessione.

Irene Graziosi, con il suo sguardo acuto e ironico, ci trascina tra le pieghe della nostra dipendenza digitale, mettendo in luce il vuoto che si nasconde dietro all'ossessione per i follower e le visualizzazioni.

Forte delle sue esperienze, l'autrice scava a fondo nella psicologia dietro il nostro incessante scroll e ci offre una guida preziosa per smascherare la dittatura invisibile dei like, riconquistando il controllo della nostra vita online.

Target: giovani, adulti, utilizzatori dei social media, professionisti del settore marketing e SMM, appassionati di sociologia e psicologia.

Dati tecnici: pagine: 112. Dimensioni: 12.1 x 1.3 x 19 cm. Prezzo: 14 euro. Publishing: broccura con alette. Carta: usomano gr. 80/mq.

Promozione:

- Forte visibilità autrice --> autopromozione (Costa, Bordone)
- Pubblicazione di un articolo sul sito di Lucy
- Video interviste sul profilo tiktok di UTET
- Invio copia omaggio a book influencer
- Sponsorizzazioni su IG nel periodo di lancio



LIKE

- Tiratura: 2500
- Prezzo a copia: 1,45 €
- Anticipo: 2500 €
- Royalties: 9%
- A&P: 750 €

ALGORITMI DI CONTROLLO

Perché lo proponiamo?

Che impatto hanno gli algoritmi sulla nostra vita? Quali implicazioni etiche e sociali comporta il loro utilizzo? Il testo risponderà a queste domande su un mondo alla vigilia della rivoluzione dell'IA.

Proposta di quarta:

Una fredda sequenza di operazioni matematiche, ma anche lo strumento con cui i social network decidono cosa ci interessa. Cosa sono gli algoritmi? E come governano di nascosto le nostre vite?

Sinossi:

Il mondo in cui viviamo è tenuto insieme da algoritmi di vario tipo. Da qualche anno, grazie ad articoli di giornale e serie distopiche, tutti sono consapevoli della loro esistenza. Che cos'è realmente un algoritmo e come impatta le nostre vite? Attraverso le notizie dei giornali e le allegorie distopiche delle serie televisive, siamo arrivati a riconoscere come tutto ormai sia "algoritmico" e come l'intelligenza artificiale stia rivoluzionando ogni aspetto della vita umana. Al netto delle narrazioni semplicistiche dei media, questa rivoluzione sta effettivamente accadendo. La loro capacità di gestire enormi flussi di dati e informazioni e con l'esplosione della rivoluzione digitale sono diventati lo strumento più potente mai esistito nelle mani del nuovo capitalismo.

Una vera e propria nuova specie digitale, con cui stiamo imparando a convivere e che evolve parallelamente – e insieme – a noi.

Cosa succede se iniziamo a fidarci ciecamente delle previsioni degli algoritmi predittivi, a cui affidiamo sempre più responsabilità? Rischiamo di perdere il controllo sul nostro futuro, diventando solo burattini guidati dai fili invisibili dell'algoritmo, strumenti imperfetti carichi degli stessi pregiudizi, errori, imprecisioni e mancanze delle menti che li hanno creati.

Target: giovani, adulti, utilizzatori dei social media, professionisti del settore marketing e social media management, appassionati di sociologia e psicologia.

Dati tecnici: pagine: 112. Dimensioni: 12.1 x 1.3 x 19 cm. Prezzo: 14 euro. Publishing: broccura con alette. Carta: usomano gr. 80/mq.

Promozione:

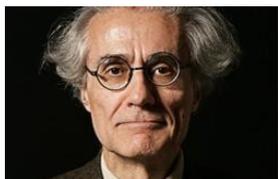
- Collaborazione con Wired Italia
- Tiktok e Reel con interviste all'autore e pillole sui temi trattati
- Sponsorizzazione su Instagram nel periodo del lancio

ALGORITMO

- Tiratura: 2500
- Prezzo a copia: 1,45 €
- Anticipo: 2500 €
- Royalties: 9%
- A&P: 750 €

I TRE AUTORI

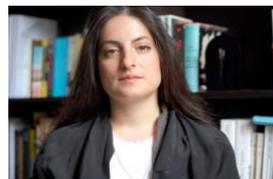
Luciano Canfora



Luciano Canfora è uno tra i maggiori filologi italiani. È membro dei comitati direttivi di diverse riviste, sia scientifiche sia di alta divulgazione, come il *Journal of Classical Tradition*, *Historia y crítica* e la rivista di alta divulgazione geopolitica *Limes*. Ha pubblicato, tra gli altri: *La democrazia* (Laterza, 2004), *La democrazia dei signori* (Laterza, 2023), *Il fascismo non è mai morto* (Dedalo, 2023)

Irene Graziosi è un'esperta di psicologia e neuroscienze. Nel 2018 fonda insieme a Sofia Viscardi il progetto Venti, di cui è stata autrice e direttrice dei contenuti. Oggi è giornalista e responsabile editoriale di «Lucy. Sulla cultura», rivista multimediale che si occupa di cultura, arte e attualità. Ha pubblicato: *Il profilo dell'altra* (E/O, 2022), un romanzo in cui racconta il rapporto tra una giovane influencer e la sua agente, e diversi articoli per «Vice».

Irene Graziosi



Massimo Airoldi



Massimo Airoldi è un sociologo dei processi culturali e comunicativi e docente di “Consumer Culture” presso il Dipartimento di Scienze Sociali e Politiche dell’Università degli Studi di Milano. Insegna “Sociology of AI” alla Laurea Magistrale Interateneo in Human-Centered AI. Ha pubblicato: *Machine Habitus: Toward a Sociology of Algorithms* (Polity press, 2021) edito in Italia da Luiss University Press.

Federico Pinelli, Camilla Rimoldi, Mattia Zerbinì

Tre Alfabeti UTET: voto, like, algoritmo

Fungomania

Come i funghi cambieranno il nostro futuro

Cosa si propone e perché:

Oggi i funghi agglomerano centinaia di curiosi in community online, ma anche fisiche, estremamente partecipative e sentite. Un interesse comune: salvare il mondo e migliorare la società, attraverso l'implementazione della micologia nella vita quotidiana.

La micologia, scienza di cui ancora si sa poco, è infatti diventata negli ultimi decenni materia di interesse per le grandi implicazioni che i funghi potrebbero avere nel combattere la crisi climatica, ridescrivere la nostra concezione sociale del gender, reinventare la struttura delle nostre città, migliorare la salute mentale.

Proposta di quarta:

I funghi, organismi speciali non appartenenti al regno vegetale e nemmeno a quello animale, sono un prezioso alleato per la salvaguardia del pianeta e per il miglioramento della nostra società.

Attraverso l'implementazione della micologia nella vita quotidiana si potrebbe combattere la crisi climatica, cambiare la nostra concezione sociale del gender, modificare la struttura delle nostre città, migliorare la salute mentale: reinventare, insomma, il nostro futuro. I funghi sono organismi misteriosi, affascinanti, e inaspettati detentori di numerosi record mondiali. Non dimentichiamoci inoltre che sono semplici da cucinare e ottimi da mangiare!

In quest'opera il ricercatore Simone Bassani ci svela questo mondo enigmatico, grazie anche ai ricchi approfondimenti di altri autori e studiosi autorevoli: Agnese Codignola, Paola Bonfante, Bruna Bianchi e Mariangela Martellotta.

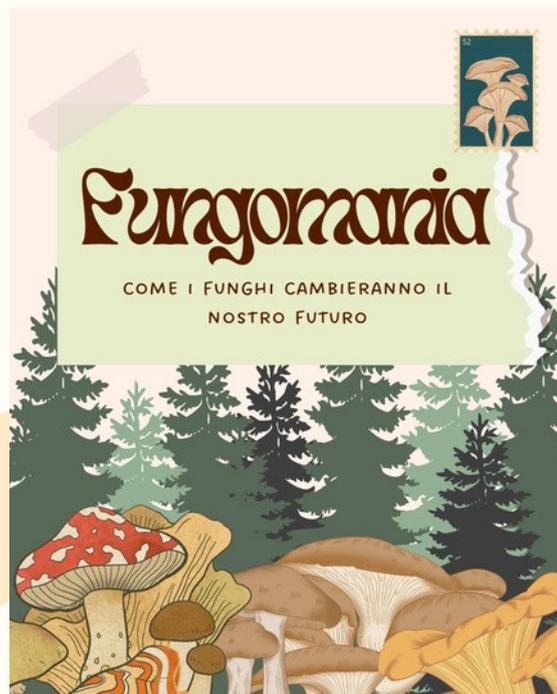
Un libro *green* sul mondo dei funghi e su come la loro applicazione nella vita quotidiana cambierà il nostro futuro.

Publishing:

- Brossura
- 20cmx24cm
- Copertina flessibile
- Illustrato (con fotografie)
- A colori

Conto economico light:

- Numero pagine: 200
- Prezzo: 17.90€
- Tiratura: 6'000
- Costo copia: 2,50%
- Diritti d'autore 5%
- Anticipo 3.500€ (2.500€ per autrice principale, 200€ a testa per i collaboratori)



Gli autori:

Simone Bassani, co-founder del nascente progetto RadiNext*, studente magistrale di Biotecnologie e Micologia presso UniBo.

A maggio 2024 parteciperà in veste di relatore a EYE Forlì, evento organizzato dal Parlamento Europeo indirizzato ai giovani per trarre ispirazione reciproca e scambiare opinioni con esperti, attivisti, influencer e decisori politici, nel cuore della democrazia europea.

Collaboratori per i box:

- Agnese Codignola
- Paola Bonfante
- Bruna Bianchi
- Mariangela Martellotta
- growers.of.mushroom

La promozione:

- Presentazione in diverse librerie, con una stampa sui funghi in regalo (quattro diverse opzioni) per chi acquista il libro alla presentazione.
- Una cartolina gadget che riprenda la grafica della stampa (sempre con quattro diverse opzioni) regalata all'acquisto del libro.
- Presentazione del libro con l'autore a Focus Live
- Coinvolgimento influencer: invio del libro con confezione speciale e regalo di tutte le diverse cartoline.
- Campagna sui social (Instagram, Facebook, X, inserzioni su LinkedIn).

LA BOTTEGA EDITORIALE

Gruppo 4 - Varia

Francesca Affer, Lorenza Baglieri, Laura Panaggio, Gabriele Tomasi

Cosa si propone e perché

Un Quaderno delle vacanze dedicato agli amanti dei viaggi e agli appassionati di cultura, arte e geografia che vogliono mettere alla prova le proprie conoscenze sulle particolarità dei vari paesi del mondo. Il progetto si colloca sulla scia di un trend di pubblicazioni, affrontando un tema non ancora trattato.

Target

25+, amanti dei viaggi, appassionati di altre culture.

Proposta di publishing

- Formato 17x24 cm
- Brossura fresata
- Copertina plastificata opaca a colori, illustrata e priva di alette
- Carta usomano 120-140 gr.

Copertina e illustratore

L'illustratore ipotizzato per la creazione della copertina è Antonio Sortino (IG: @antoniosortino_ 12,7K follower), che ha all'attivo collaborazioni con testate quali Wall Street Journal, New York Times e Wired UK

Per realizzare il mock up della copertina è stata utilizzata un'illustrazione già esistente di Antonio Sortino, legata al tema delle vacanze in chiave comica e accattivante. Il bollo all'interno del quale verrà inserito il logo della casa editrice richiama volutamente francobolli e timbri postali, per collegarsi al tema del viaggio.



Sinossi

Il *Quaderno dei compiti delle vacanze per adulti - Paesi e culture del mondo* è pensato per gli appassionati di viaggi che vogliono mettere alla prova le loro conoscenze in questo ambito con giochi, puzzle e cruciverba. Il volume, completamente illustrato fin dalla copertina, si aprirà con un test con cui il lettore potrà creare un proprio identikit: che tipo di viaggiatore è? All'interno, i giochi verranno organizzati senza una netta scansione per tema e tipologia, in modo da privilegiare la varietà, e a intervalli regolari saranno presenti doppie pagine monotematiche con focus sui cinque continenti. In alcune pagine saranno inseriti rimandi alle altre sezioni del volume per indirizzare il lettore verso giochi simili; ad esempio, nella pagina monotematica sull'Asia verranno indicate le pagine in cui trovare altri giochi sui Paesi di questo continente. L'idea è quella di permettere la fruizione del volume sia seguendo l'ordine delle pagine, sia rintracciando un percorso tematico personalizzato (già a partire dal test iniziale).

Quarta di copertina

Siete in partenza per il giro del mondo? Credete di sapere tutto sulla meta dei vostri sogni? Questo quaderno è per voi!

Scoprite che tipo di viaggiatori siete e cimentatevi in giochi e attività sugli argomenti più vari con cui sfidare gli amici e, chissà, magari trovare ispirazione per il vostro prossimo viaggio!

Conto economico light

Foliazione: 100-120 pp.

Prezzo di copertina: 12.90€

Tiratura: 8.000 copie

Costo a copia: 1.50€ (b/n), 1.90€ (bicromia), 2.30€ (a colori)

Diritti d'autore e anticipo: 0

Costi redazionali: 5.000€, di cui:

- 500€ forfait all'illustratore per copertina e 3 illustrazioni segna-capitolo all'interno
- 1.000€ allo studio grafico/ghost illustrator per gli interni

Strategia di promozione (con budget dato di 4000 euro)

- Sulla base della strategia di promozione degli altri quaderni delle vacanze (Blackie Edizioni e Cairo), si è pensato di agire sui social su fronti diversi:
 - a. Post di presentazione del Quaderno sui profili IG, Tik Tok e FB della casa editrice, da proporre per tutto il periodo delle vacanze a partire dalla pubblicazione:
 - TikTok: video di presentazione del quaderno, con pagine che vengono sfogliate per mostrare il progetto e un voiceover esplicativo
 - Instagram e Facebook: un carosello a settimana (per almeno 4-5 settimane dalla pubblicazione) con la foto della copertina del quaderno seguita da foto delle pagine interne (che possono cambiare di volta in volta), usando hashtag e trend del momento nella caption
 - b. Collaborazione #giftedby con book influencer (@labibliotecadidaphne, follow: 49K IG / 430,5K TikTok) e travel influencer (@giovanniarena, follow: 572K IG / 1,3M TikTok), inviando loro delle copie omaggio con cui realizzare contenuti da pubblicare sia su TikTok sia su Instagram
 - c. Sfida tra creator: contenuti video delle “Quaderniadi”, gara tra influencer con i giochi del Quaderno
- Partnership con WeRoad, per coinvolgere anche il loro target:
 - a. creazione contenuti riguardo al Quaderno sui loro profili social
 - b. organizzazione di un evento dal vivo alle maggiori fiere dell’editoria (es: Salone del Libro di Torino) in cui si invita il pubblico in fiera a partecipare alle “Quaderniadi” con un possibile viaggio in palio per il vincitore
- Spotify: annunci per 4-5 settimane in prossimità delle vacanze (circa 250€ a settimana)
- Gadget: targhetta da valigia personalizzata per gli influencer a cui arriva la copia omaggio e personalizzabile per le prime 250 copie al pubblico



COLLEGA LE BANDIERE!

Chiama a raccolta i tuoi compagni di viaggio e sfidali, o tieni a portata di mano il cronometro se sei un single player, perché ora si fa sul serio! Abbina la bandiera al paese corrispondente, ma stai all'occhio: oltre a bandiere particolari e inconfondibili, ne troverai altre che si somigliano molto!



Costa d'Avorio



Bhutan



Irlanda

Nuova Zelanda



Australia

Swaziland



Belize

Libia



Isola di Man

Mongolia



Gibilterra

Papua Nuova Guinea



Turkmenistan

Sri Lanka

Isole Vergini



Slovenia





Si fa presto a dire *Romance*



Guida all'educazione sentimentale

Irene Brenca, Leila Bussi, Selene Forsanini, Viola Sanna

La nostra proposta

Partendo dall'enorme popolarità e diffusione del genere del romance nella narrativa, abbiamo pensato a un piccolo manuale di educazione affettiva e sentimentale rivolto principalmente ad un pubblico di ragazzine delle scuole medie che iniziano ad approcciarsi a tematiche di questo tipo: l'identità, il rapporto con gli altri, le relazioni (amorose e non).

L'obiettivo del nostro progetto è quello di fornire una panoramica su alcuni grandi temi dell'educazione affettiva e sentimentale, con taglio psicologico ma con collegamenti anche alla cultura pop attraverso *tropes* diffusi in libri e film romance.

La quarta di copertina

Che cosa c'è di più complicato dell'amore? Forse solo crescere, e innamorarsi crescendo è una gran bella seccatura. Nessuno riesce da solo a sbrogliare quella matassa di sentimenti, il disorientamento dei primi amori.

Con questo libro Ameya Canovi ci guida alla scoperta di noi stessi, del rapporto con l'altro, del consenso, dell'amore... Scoprirai che nella vita non tutto è come nei film o nei libri che tanto amiamo, ma che a volte è meglio così!

Autrice

Ameya Gabriella Canovi (1960) è una psicologa, PhD e autrice. Esperta nello studio delle relazioni familiari e della dipendenza affettiva, è speaker TEDx, divulgatrice su Radio Capital e Chora Media (ospite di Selvaggia Lucarelli), e educa sulle relazioni disfunzionali anche nel suo podcast su Storytel *Intrecci*.

Con Sperling & Kupfer ha pubblicato *Di troppo amore. Fuori dal labirinto della dipendenza affettiva* (2022) e *Di troppa (o poca) famiglia* (2023). Su Instagram conta più di 70mila follower.



Illustratrice

Agnese Innocente (1994) è una fumettista e un'illustratrice, appassionata del disegno fin da piccolissima. Lavora in Italia per svariate case editrici, principalmente di libri e fumetti per ragazzi, e all'estero per Disney, Warner e Glénat. Ha vinto il premio Andersen nel 2020 con *Girotondo* (Il Castoro) e il Premio Boscarato nel 2022 con *Anna dai capelli verdi* (Il Battello a Vapore). Per DeAgostini ha illustrato *No Spoiler! La mappa segreta di tutte le storie* di Leonardo Patrignani e Francesco Trento (2020).

Conto economico

- Prezzo: 16,90€
- Tiratura: 5000 copie
- Anticipo: 6000€
- Royalties: 7%

Publishing

- Formato 16x22,5cm
- Brossura con alette
- Cover soft-touch illustrata dalla fumettista
- Carta usomano
- 192 pagine
- Illustrazioni in bicromia per apertura capitolo, box e quiz

Promozione

- Budget: 3000 euro
- Lancio quiz online: *Quale attachment style sono?* + apertura preorder
- Piano editoriale digital: post programmati con quotes dei consigli dell'autrice nei principali social
- Promozione offline: evento workshop e discussione con Ameya Canovi in libreria aperto alle famiglie con omaggio di adesivi esclusivi
- Influencer marketing: box gift a tre bookinfluencer che hanno una fanbase fedele di giovani ragazze che corrispondono al target del progetto
- Intervento dell'autrice al Salone del Libro moderato da @labibliotecadidaphne
- Intervento dell'autrice al Festival del Romance moderato da @magsbook



DESTINAZIONE PIANETA TERRA

Ma come fate a dire che qui è tutto normale?

Un progetto a cura di:
Francesca Caminada,
Allegra d'Imporzano,
Roberta Gerbasi,
Giulia Russino



Un libro per bambini (e non) che segue le avventure del cantante **Ghali** e il timido alieno dall'aspetto ippopotamesco che da qualche tempo lo accompagna ovunque, **Rich Ciolino**. L'idea è quella di sviluppare i concetti e i temi espressi nella canzone *Casa mia*, in gara al Festival di Sanremo 2024, puntando su una coppia di personaggi che durante e dopo il festival ha attirato l'attenzione e l'affetto di molti bambini e adulti di riferimento (insegnanti, genitori).

Casa editrice: DeAgostini
Linea editoriale: bambini e ragazzi
Genere: nonfiction
Target: 8+ / crossover
Collana: miscellanea

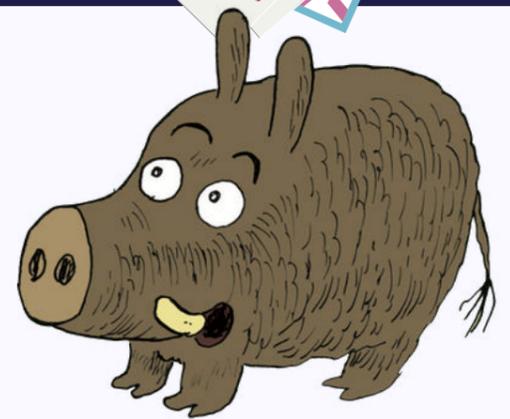
STRUTTURA

Libro **miscelaneo** con alternanza di tavole a fumetti e testo a correre. Nel **fumetto - parte narrativa** Ghali guida Rich a scoprire alcune realtà del nostro mondo, fa notare le storture della nostra società, ma riscopre anche il bello del nostro pianeta attraverso gli occhi dell'alieno. Nel **testo a correre - parte divulgativa** i temi sollevati vengono approfonditi tramite due espedienti: le lettere che Rich scrive alla sorella Pango Lina e gli appunti scientifici che l'alieno raccoglie per la sua ricerca sulla Terra.



ILLUSTRATORE

GUD (Daniele Bonomo) ha uno stile coerente con il progetto immaginato, è da sempre interessato a tematiche sociali e si impegna attivamente in workshop e laboratori di fumetto per bambini.



DIGITAL MARKETING

- **Storie e post** dedicati al libro sulle pagine social di Ghali e Rich Ciolino.
- **Amazon:** invio del libro con autografo di Ghali e timbro di XP ai primi 100 che lo preordinano.
- **Libraccio:** intervista a Ghali e Rich sui profili social (co-marketing).
- **Spotify:** adv per una settimana.

EVENTI

- **Parco di Baggio:** presentazione, firmacopie, cibo e musica in filodiffusione.
- **Mondadori di Roma:** presentazione e firmacopie.
- **Salone del Libro di Torino:** presentazione e firmacopie con Ghali, Rich e Willie Peyote.
- **Laboratori di educazione civica nelle scuole,** in collaborazione con Associazioni attive sui temi trattati nel libro con numero fissato di copie da acquistare (es. Mediterranea).

DATI TECNICI

Rilegatura: brossura cucita con alette
Formato: 15x21
Copertina: carta usomano (300 g),
plastificazione lucida
Interni: carta usomano (120 g), CMYK
Pagine: 144 pp.
Prezzo copertina: €16

CONTO ECONOMICO

Tiratura: 20.000
Costo a copia: €2,40
Ghali: anticipo €10.000, roy 13%
Fumettista: €3.000 euro forfait, roy 2% fissi
Costi redazionali: €3.000 forfait al fumettista +
€1.000 forfait ghostwriter
Adv & promotion: €4.000

indice

Ogni capitolo parte da un verso della canzone *Casa mia* per sviluppare un argomento. Immaginiamo un equilibrio tra tematiche complesse e momenti narrativi più divertenti (Rich impara ad entrare nel vagone della metro, scopre come si usa una forchetta...)

1. Ehi, ma che ci fai qui da queste parti?
2. Sogni che si perdono in mare
3. Mi manca il mio quartiere
4. Figli di un deserto lontano
5. Non c'è mai pace
6. Ma come fate a dire che qui è tutto normale?
7. Vorrei andare via però
8. Casa mia o casa tua, che differenza c'è?



BIOGRAFIE DEGLI AUTORI

Rich Ciolino è un timido alieno dall'aspetto ippopotamesco con buffi riccioli rosa, nonché un esploratore dello spazio. Dal lontano pianeta XP è giunto sulla Terra per conoscere e studiare il nostro mondo, accompagnato dal cantante Ghali. Tra avventure, giri e nuove scoperte Rich non dimentica mai di prendere tanti appunti e scrivere qualche lettera a sua sorella Pango Lina.

Ghali è un cantante di origini tunisine, nato a Milano nel 1993. Cresce con la madre nel quartiere Baggio, dove inizia a fare musica. Autore di brani di successo come *Cara Italia* e *Good Times*, nel 2024 arriva sul podio del Festival di Sanremo con *Casa mia*. La sua musica riflette il legame con la cultura araba di origine e l'impegno attivo sui temi dell'integrazione delle seconde generazioni. Poco prima del Festival di Sanremo riceve su whatsapp un messaggio dell'alieno Rich Ciolino, che sarà l'inizio di una bellissima amicizia.



QUARTA

«Non mi sento tanto bene, però
Sto già meglio se mi fai vedere
Il mondo come lo vedi tu»