

MERCANTI DI CULTURA

Modelli editoriali in transizione

a cura di Elena Ranfa

INDICE

- 9 Introduzione
Federica Formiga
- 15 Varietà e intrecci nel mercato del libro
Giovanni Solimine
- 29 «L’editoria non può essere lasciata nell’incorporeo».
Storia del 2020 in Italia
Federica Formiga
- 49 L’effetto Amazon sui modelli di business: alcune riflessioni
Ivan Russo
- 61 “Unlockdown” dell’editoria digitale.
Il ruolo strategico della distribuzione
Elena Ranfa
- 75 Editoria digitale e gestione dei diritti digitali:
tecnologie abilitanti fondamentali per l’innovazione culturale
Riccardo Pozzo, Vania Virgili
- 85 La filiera del libro tra mercato e algoritmi
Angela Di Biaso
- 91 Il piccolo editore è condannato a una piccola distribuzione?
Il rapporto tra editori e distributori: vincoli e opportunità
Giuseppe Risetti
- 107 Il libraio indipendente: una specie a rischio?
Paolo Ambrosini

- 115 L'anello forte della *supply chain*.
Il catalogo dei libri in commercio
Simonetta Pillon
- 123 Il viaggio del libro dall'editore allo scaffale (fisico e digitale)
della biblioteca: l'esperienza di Casalini nella distribuzione
dell'editoria accademica
Luisa Gaggini
- 135 La promozione mirata.
Il ruolo dell'ufficio stampa nel successo di un libro
Maria Vittoria Gatti
- 141 Proposte per una filiera editoriale più efficiente
Gregorio Pellegrino
- 147 Libri e lettori in Veneto.
Quando i numeri chiariscono il contesto
Diego Guida