



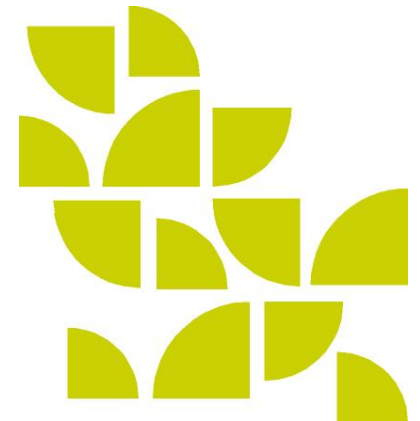
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI FOGGIA



Educational Research & Interaction Design

Editoria Italiana ed Autoproduzione di contenuti

prof. Pierpaolo Limone
p.limone@unifg.it



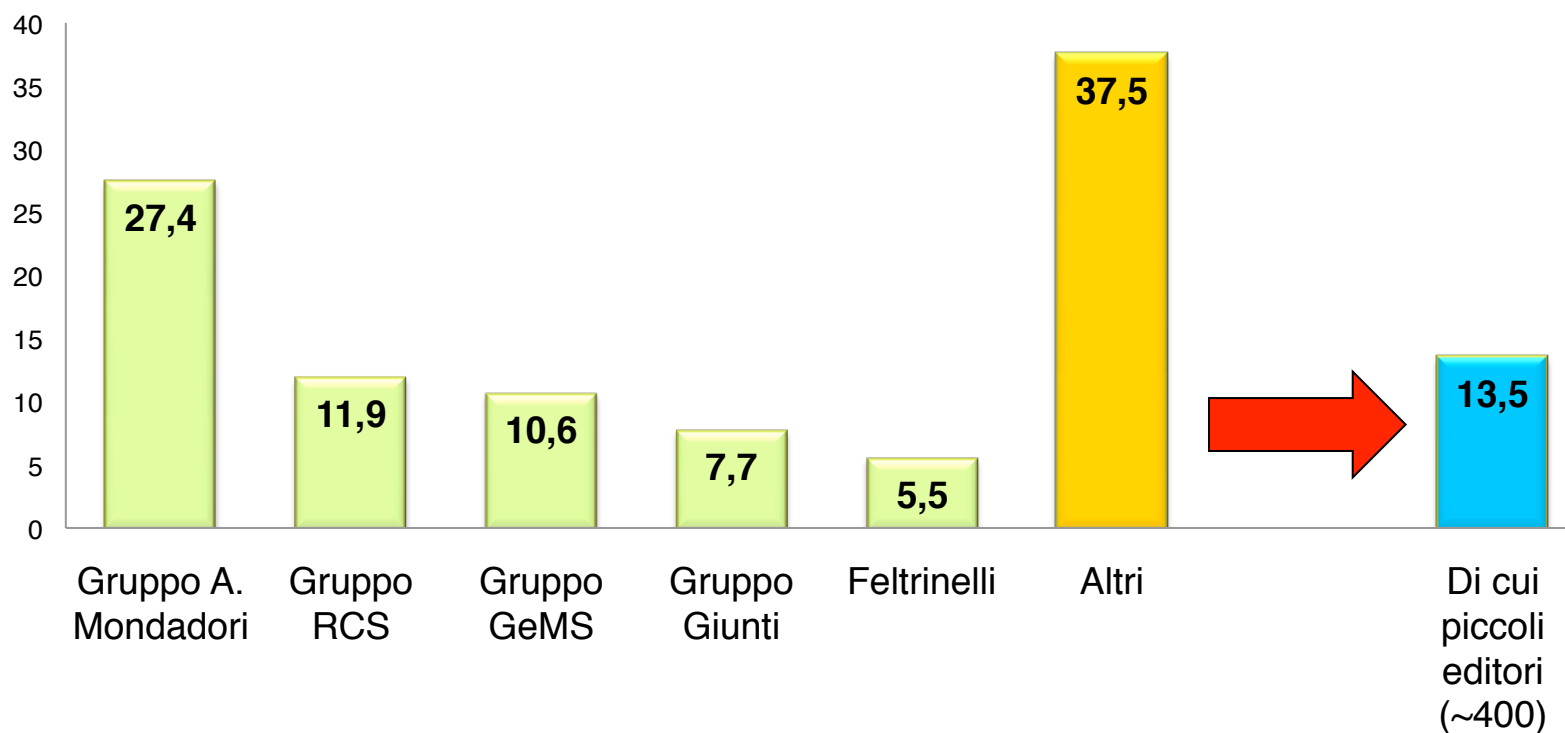
I primi 5 Gruppi editoriali italiani



I primi 5 Gruppi editoriali italiani (e i marchi controllati e collegati) rappresentano il 63,1% delle vendite di libri di varia adulti + ragazzi realizzate nei *canali trade*: libreria, grande distribuzione, librerie on-line.

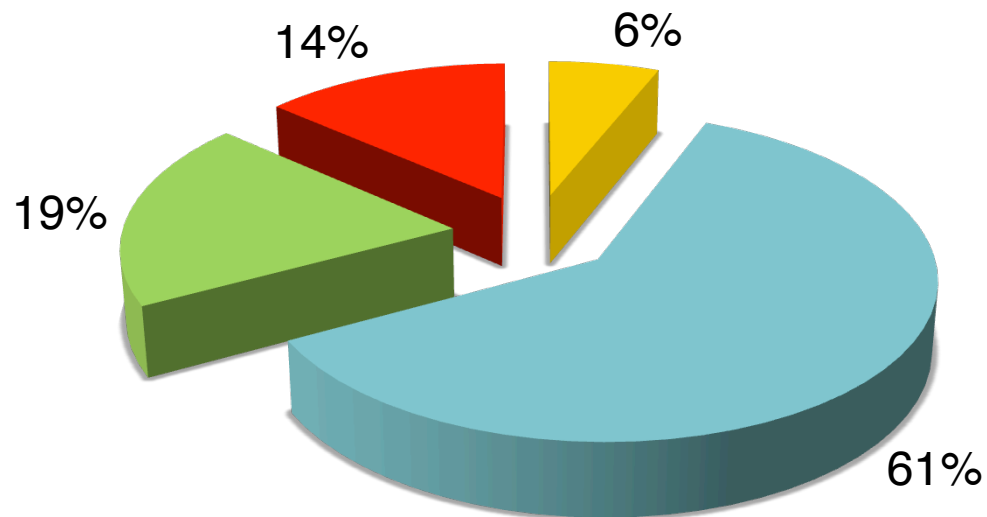


I primi 5 Gruppi editoriali italiani



Nello stimare le quote di mercato non sono state prese in considerazione (in assenza per ora di dati consolidati) l'editoria scolastico-educativa, universitario-professionale, e vendite rateali tramite agenti, book club, grandi opere. (AIE, 2011)

Distribuzione Produzione Editoriale 2010



- Micro editori (fino a 10 titoli/anno)
- Medi e medio grandi editori
- Piccoli editori (11-50 titoli/anno)
- Primi 5 Gruppi editoriali (e marchi collegati)

Editoria educativa



DEFINIZIONE

Il segmento industriale relativo alla produzione e commercializzazione di materiali didattici per le scuole.

(AIE, 1999)

CARATTERISTICHE DEI MATERIALI

- sono direttamente concepiti per un uso didattico in ambiente scolastico (e ciò li distingue dal cosiddetto *edutainment* e anche dall'educativo più in generale);
- seguono le indicazioni contenutistiche e metodologico-didattiche dei programmi ministeriali delle varie materie;
- sono espressamente indicati per un particolare tipo di scuola e anno scolastico.

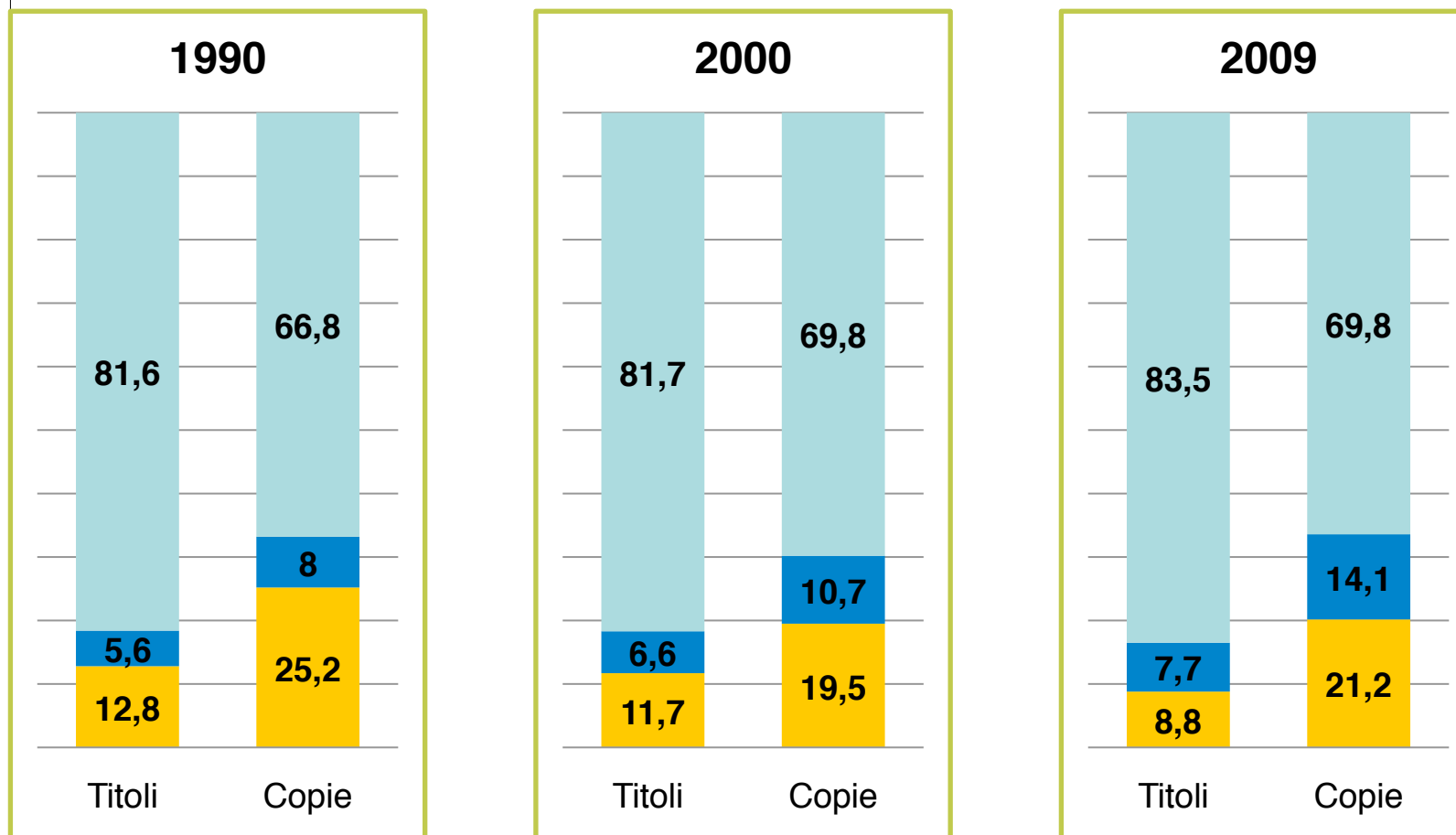
(AIE, 1999)

MERCATO 2010

Il mercato editoriale dei libri scolastici di adozione nel 2010 è di 648 milioni, diminuito del 2,8% rispetto all'anno precedente.

(AIE, 2011)

Editoria educativa: i numeri



Educativi Ragazzi Adulti

Le autoproduzioni



Le Autoproduzioni sono pubblicazioni finanziate e dirette dagli stessi autori, non riconducibili ad altri enti.

Perché autoprodurre?



Avere la massima potenzialità di espressione di contenuti e forme

Trattare argomenti poco considerati dalla stampa ufficiali

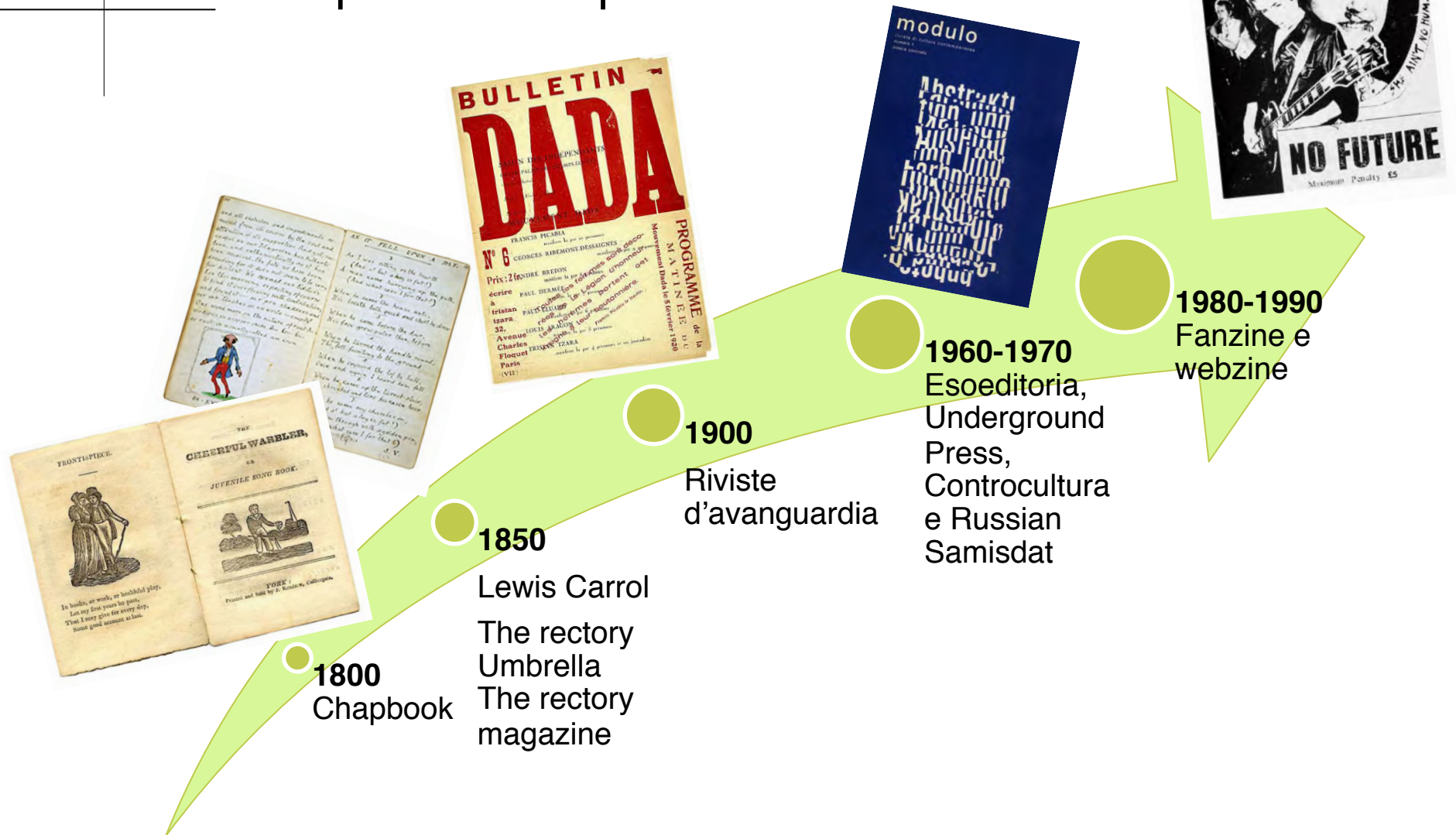
Aggirare restrizioni politiche o culturali

Ridurre prezzi (vendite a prezzo politico o passaggio di persona in persona)

Utilizzare nuovi linguaggi e grafica originale, manipolare il formato libro

Utilizzare circuiti alternativi di distribuzione

Autoproduzioni: percorso storico



I tre modelli editoriali a confronto - 1



	Modello industriale	Modello mediato	Auto produzione
Personalizzazione di contenuti e delle forme del testo		✘	✘
Autorialità distribuita		✘	✘
Prestigio del singolo autore	✘		
Coinvolgimento diretto dei docenti e investimento di energie/tempo per l'attività di produzione editoriale		✘	✘
Collaborazione interistituzionale		✘	NON SEMPRE

I tre modelli editoriali a confronto - 2



	Modello industriale	Modello mediato	Auto produzione
Progettazione partecipata		✘	NON SEMPRE
Modularità ed editabilità delle risorse in tempi differiti		✘	✘
Possibilità di crowdsourcing		✘	✘
Crossmedialità	NON SEMPRE	✘	NON SEMPRE
Centralizzazione della rete di distribuzione	✘		
Possibilità di definire il prezzo di vendita		✘	✘