

ALLEGATO F

VADEMECUM OPERATIVO PER GLI AUTORI

Caro autore,

qui di seguito troverai alcune indicazioni molto puntuali su come confrontarti con la nostra redazione e alcune informazioni utili per comprendere i meccanismi di distribuzione e promozione, in modo che tu sappia con precisione cosa accadrà in ogni fase della realizzazione del libro e del lancio in libreria.

Ti preghiamo di leggere con attenzione e di attenerti scrupolosamente alle indicazioni fornite, così che il lavoro editoriale possa procedere in modo veloce e sereno.

1. I PRIMI PASSI

Alla firma del contratto, l'autore dovrà fornire via e-mail:

- La scansione del contratto in PDF opportunamente firmato, siglato in ogni pagina e compilato in tutte le parti di anagrafica che lo riguardano (es. codice fiscale, indirizzo completo, cap...);
- Breve descrizione dell'opera (massimo 700 battute, spazi inclusi);
- Breve nota biografica dell'autore (massimo 400 battute, spazi inclusi);
- **Eventuali** desiderata per la creatività della copertina.

(N.B. Si accetteranno volentieri idee e spunti creativi di partenza. Non potranno essere accolte fotografie amatoriali o immagini scaricate liberamente dal Web. Le immagini eventualmente proposte verranno comunque vagliate dall'ufficio grafico, che ne valuterà l'opportunità e la resa grafica, nonché le condizioni di utilizzo).

IMPORTANTE: PER QUANTO RIGUARDA LA COPERTINA

Per la realizzazione della creatività della copertina la casa editrice si avvale di abbonamenti a librerie online, che consentono di accedere a materiale di alta qualità licenziato e modificabile (senza nessun costo per l'autore).

Si tenga in considerazione il fatto che le copertine vengono realizzate sulla base di un briefing che la direzione marketing condivide con il reparto grafico, che tiene conto di criteri di coerenza con la linea editoriale e creativa, nonché con le esigenze del mercato librario.

Per questo, verranno ben accolti gli spunti, le idee di partenza e i *desiderata* dell'autore, ma non sarà possibile accogliere richieste particolareggiate e revisioni che riguardino l'aspetto grafico editoriale (es. *il colore dello sfondo dovrebbe essere...; vorrei che il titolo fosse più grande/piccolo; vorrei un font così e così; questo elemento va spostato più su o più giù*). Infatti, su questi aspetti il grafico ha la maggiore competenza.

Qualora l'autore volesse suggerire per la copertina l'utilizzo di un'immagine originale, previo parere positivo della redazione, (es. un disegno o una foto) oppure un'**opera d'arte**, si sappia che ciò è possibile solo nei seguenti termini: 1) se l'immagine è coperta da copyright, l'autore dovrà procurarsi la dovuta autorizzazione alla pubblicazione (ed eventualmente sostenerne il costo); 2) se l'utilizzo dell'immagine è

“in gentile concessione”, l'autore deve comunque procurarsi la liberatoria dell'artista/fotografo o dei suoi eredi oppure dell'ente (museo, chiesa, collezionista privato, ecc.) che detiene i diritti di riproduzione.

Il fatto che molte opere d'arte si trovino liberamente disponibili sul Web e gratuitamente scaricabili non le rende – di per sé – utilizzabili per fini editoriali e commerciali. Pertanto, l'editore (come espresso anche contrattualmente) non è responsabile per eventuali contestazioni o richieste da parte di terzi aventi diritto e, nel caso, sarà costretto a rivalersi sull'autore.

Infine, la nostra grafica creativa realizza le copertine rispettando determinati criteri iconologici, grafici e editoriali. Pertanto, incoraggiamo sempre gli autori a fidarsi della sua professionalità, e di considerare il suo lavoro non come quello di un mero esecutore, ma il lavoro di un professionista esperto e dedicato alla grafica editoriale.

2. REDAZIONE

Norme redazionali

L'autore deve fornire ai grafici un file conforme a quanto indicato nell' **ALLEGATO E - Norme redazionali**. Alcune raccomandazioni particolari:

- Il testo fornito per l'impaginazione deve essere in formato Word;
- Le *note a piè di pagina* devono essere inserite nel documento di testo con apposita funzione Word e **non manualmente**;
- I dialoghi diretti devono essere punteggiati nella maniera indicata nell'ALLEGATO E;
- Se esiste un *indice analitico* (o dei nomi), deve essere creato con **apposita funzione Word**;
- L'autore deve fornire *un unico file* di testo (non, ad esempio, un documento Word per ogni parte o capitolo). Questo unico documento deve includere tutto ciò che compone l'opera (comprese eventuali Prefazioni, postfazioni, bibliografie, dediche, ringraziamenti, appendici...), nell'ordine esatto in cui queste parti debbono essere collocate all'interno della bozza;
- Se l'opera è corredata di *immagini, grafici o tabelle*, queste debbono essere inserite nel testo Word nella posizione esatta in cui vogliono essere collocate. Inoltre, andranno inviate alla redazione anche separatamente e in alta definizione. Le stesse (immagini, grafici o tabelle) devono essere originali oppure debitamente licenziate (a cura dell'autore). **Non possono essere usate immagini scaricate liberamente dal Web**;
- Non bisogna inserire nel testo *numeri di pagina*, né intestazioni, tantomeno manualmente;
- Se le dimensioni del file supereranno i 3 MB, il file (e/o le immagini) dovrà essere inviato alla redazione tramite WeTransfer e non come allegato all'e-mail;
- Documenti di testo non conformi non verranno accettati dai grafici.

Correttore di bozze

Fatti salvi casi particolari, non è previsto il servizio di correzione di bozza. Non verrà dunque eseguito alcun intervento di correzione dei refusi o di editing (sistemazione dei periodi, della sintassi o della grammatica, della punteggiatura, delle citazioni, delle note o dei dialoghi). A tutto questo dovrà

provvedere l'autore autonomamente fornendo, tuttavia, un testo corretto e uno standard letterario adeguato. Qualora l'autore richieda il servizio di correzione di bozza, concorderà con l'editore il tipo di intervento e il relativo costo.

Indicazione delle correzioni in bozza

Dopo che i grafici avranno impaginato il testo nel formato del libro, la redazione invierà all'autore la bozza in PDF. Come stabilito nel contratto di edizione all'Art. 6.5, l'autore potrà intervenire sulle prime e seconde bozze indicando il tipo di correzione (o piccola modifica) da fare, attenendosi a una delle modalità suggerite nell'**ALLEGATO D - correzione della bozza**. Non verranno accettate altre modalità, e non verrà accettato un nuovo documento Word corretto da impaginare ex novo.

Visto si stampi

Dopo aver preso visione dei materiali per la pubblicazione definitivi (copertina stesa e bozza del libro), l'autore esprime il suo formale "visto si stampi" via e-mail, esonerando in questo modo l'editore da ogni responsabilità relativa a eventuali errori contenuti nell'opera.

Contributi di terzi (Prefazioni, Postfazioni...)

Fatti salvi casi particolari, l'editore non procura Prefazioni o altri contributi. A questo, infatti, provvede l'autore, il quale sottopone alla redazione eventuali contenuti a corredo del testo.

3. DISTRIBUZIONE

Come funziona la Distribuzione

Il titolo verrà distribuito da **Diffusione San Paolo (DISP)**, che funziona da intermediario fra l'editore e le librerie.

DISP, attraverso i suoi canali diretti (Librerie Paoline, Librerie San Paolo e sanpaolstore.it) e attraverso la sua rete commerciale, è in grado di raggiungere promozionalmente e di rifornire tutte le librerie italiane, anche quelle non religiose, le catene (come Mondadori, Ubik...) e **tutti i negozi online** (Amazon, lbs...).

DISP è un interlocutore della casa editrice, non dell'autore, pertanto, non è opportuno che gli autori contattino in modo diretto i suoi uffici per avere informazioni circa la distribuzione. Per ogni chiarimento, problema o domanda ci si rivolga sempre alla casa editrice.

La distribuzione si articola attraverso dei calendari in: 1) lanci promozionali; 2) consegne ultime in magazzino; 3) lanci in libreria.

I **lanci promozionali** (8 l'anno) servono a presentare le novità ai librai al fine di raccogliere le **prenotazioni** di ciascun titolo proposto. Per fare questo, la redazione elaborerà una scheda promozionale del libro, che comprenderà titolo, crediti, copertina, dati tecnici, breve descrizione dell'opera e breve nota biografica dell'autore.

Questa scheda non sarà pubblica, ma sarà solo rivolta al settore; la vedranno, dunque, solo i librai

e gli agenti commerciali. Al termine di questa fase, DISP ci comunicherà il numero di copie che sono state prenotate dalle librerie. A questo punto, tenendo conto del fabbisogno totale di copie e considerando una percentuale di scorta, l'editore deciderà per la **tiratura** di stampa. Ecco perché la tiratura non è indicata nel contratto.

N.B. Né DISP, né l'Editore hanno facoltà di imporre alle librerie la prenotazione delle copie, che resta sempre descrizione unica del libraio, il quale decide in base al pubblico della sua libreria, alla tematica, all'andamento delle vendite, al genere letterario e, più in generale, all'intuizione che gli suggerirà la scheda-libro. Infatti, potrà accadere che ci saranno librerie che prenoteranno una o più copie del libro, altre nessuna.

Le **consegne ultime in magazzino** sono le date in base alle quali DISP pianificherà la data del lancio in libreria. Solitamente, dalla ricezione delle copie a magazzino (del distributore) al momento del lancio in libreria decorrono circa 7 o 10 giorni. Questo accade perché DISP deve avere il tempo di organizzare le spedizioni dal magazzino centrale verso le librerie e permettere a tutte di esporre le novità in contemporanea. Si possono richiedere, al limite, delle cosiddette "extracedola" (ovvero dei lanci che non rispettano il calendario), ma occorre assumersi in questo caso il rischio che la distribuzione parta in modo spezzettato e meno efficace. Noi lo sconsigliamo.

N.B. Nel momento in cui l'editore spedisce le copie a DISP, sblocca anche l'inserimento del titolo nelle banche dati (Informazioni Editoriali, ISBN, circuito Arianna-Babilo). Questo permetterà al libro di essere censito nei vari portali, infatti, entro pochi giorni dal data entry, tutti i negozi online avranno il titolo in anagrafica. Prima di questo momento, tuttavia, potrebbe accadere che alcuni siti - su specifica ricerca - possano mostrare il libro, spesso senza copertina o con informazioni incomplete. Ma si tratta di un'informazione provvisoria che sarà aggiornata e corretta nel momento in cui il titolo verrà inserito nelle banche dati.

Il **lancio in libreria** è il giorno esatto in cui per la prima volta il libro verrà esposto al pubblico. Normalmente, nei primi giorni del lancio (nei casi più ottimali per qualche settimana) le librerie espongono i libri nel display delle novità. Pertanto, in questa prima fase, sarà probabile che il libro abbia all'interno del punto vendita una buona visibilità. Con il passare dei giorni, e man mano che sopraggiungono altre novità, il libro perderà progressivamente visibilità, passando agli scaffali e poi, nel caso in cui il libro non abbia buone rotazioni, al magazzino. Anche queste scelte, relative alla visibilità del libro all'interno del punto vendita, sono a esclusiva descrizione del libraio.

Il giorno del lancio non tutte le librerie avranno il libro in negozio; ce lo avranno solo quelle che durante il ciclo promozionale ne abbiano prenotato delle copie.

Tutte quelle librerie che non avessero prenotato copie durante la promozione - e che, dunque, alla data del lancio non avessero copie in negozio - sono comunque nella condizione di ordinarlo al distributore (DISP) e riceverlo con facilità in poco tempo.

La distribuzione Online partirà con qualche giorno di ritardo rispetto alla data del lancio e, comunque, non tutti i siti presenteranno l'articolo in contemporanea.

N.B.: Amazon

- Di tutti i negozi online, Amazon renderà il titolo disponibile per ultimo;
- Nei giorni precedenti al lancio, Amazon segnalerà il titolo come "disponibile dal ... "; Il giorno del lancio segnalerà il titolo come "non disponibile";
- Nel peggiore dei casi, Amazon rende disponibile il titolo anche dopo più di un mese dal lancio; nel migliore dei casi dopo una settimana;
- **Non c'è modo di sollecitare Amazon nell'aggiornamento della disponibilità del titolo perché non esistono operatori umani da poter contattare, buyer o responsabili di magazzino da sollecitare;**

- **L'aggiornamento della disponibilità del titolo dipende solo dall'algoritmo, che sblocca i rifornimenti dell'articolo in base all'indicizzazione della pagina.** In questo senso, può essere utile linkare molto la pagina nei Social (anche se il titolo non è disponibile), aggiungere recensioni e iscrivere l'articolo nella lista dei desideri.

Resi e rifornimenti

La distribuzione in libreria funziona attraverso il "conto vendita", non attraverso il "conto assoluto". Le librerie prendono delle copie in conto deposito (non le pagano subito) e forniscono eventuali resi dopo che è trascorso un certo tempo. Le librerie possono emettere dei rendiconti provvisori, che saranno poi aggiornati alla conta dei resi e dei rifornimenti.

Es. È il 1° gennaio e sono trascorsi 15 giorni dal lancio. La libreria X rendiconta 10 copie (in realtà ne ha vendute solo 4); Il 31 gennaio, invece, rende indietro 6 copie; Il 1° febbraio si rifornisce ancora per 3 copie; Il 30 giugno rende 1 copia.

La libreria al 30 giugno, ovvero a oltre 6 mesi dal lancio, ha rendicontato in tutto 13 copie (venduto provvisorio) e ne ha rese indietro 7, mentre il netto delle copie realmente vendute (o Delta) è di 6 unità. È su questa quantità che, ad almeno 6 mesi dal lancio, verranno calcolate le royalty per l'autore.

I resi e i rifornimenti si alternano normalmente durante tutto il ciclo di vita del prodotto. Questo meccanismo spiega come mai i dati di vendita possano oscillare in negativo. E spiega anche perché:

- o I rendiconti ai fini delle royalty si calcolano dopo almeno 6 mesi dal lancio in libreria;
- o I report di vendita nelle prime settimane di lancio sono da considerarsi talmente approssimativi da risultare inutili;
- o Si possono apprezzare dati di vendita significativi dopo almeno 3 o 4 mesi dal lancio.

N.B. Mediamente, i resi rappresentano il 30% del venduto provvisorio.

4. PROMOZIONE

Cosa facciamo e cosa non facciamo per sostenere promozionalmente le nostre edizioni.

Prima del lancio

- o Affidiamo la scheda-libro a Diffusione San Paolo per la promozione editoriale (il fine, come si è già detto, è quello di raccogliere prenotazioni da parte delle librerie);
- o Inseriamo il titolo nelle banche dati editoriali.

Al lancio

- o Inseriamo il titolo sul nostro sito Internet www.taueditrice.it;
- o Pubblichiamo, il giorno del lancio, un *post generico* sulla nostra pagina Facebook;
- o Pianifichiamo la programmazione di uno o più *post dedicati* su Facebook e Instagram a copertura di qualche settimana dal lancio.

Dopo il lancio

- o Inviamo (una volta al mese) alle redazioni dei principali organi di comunicazione cattolica una newsletter con le novità più interessanti del mese;
- o Inviamo via posta copie saggio solo alle redazioni che ne facciano espressa richiesta;

- Su richiesta dell'autore inviamo a eventuali redazioni o a giornalisti il PDF del libro (non copie fisiche);
- Mettiamo in contatto l'autore con i giornalisti qualora sopraggiunga richiesta di contatto da parte di questi ultimi o qualora si presenti per noi l'opportunità di procurare all'autore interviste o ospitate;
- Sosteniamo l'autore nelle sue eventuali iniziative di autopromozione, attraverso:
 - Realizzazione grafica di Locandine per eventuali presentazioni, eventi o iniziative promozionali di altro genere;
 - Facciamo da ponte fra l'autore e le librerie per l'eventuale organizzazione di presentazioni (in presenza o online);
 - Non organizziamo direttamente le presentazioni. ma sosteniamo l'autore attraverso supporto grafico e pubblicità presso i nostri canali;

5. Ristampe

La decisione di programmare ristampe compete all'editore, il quale è in grado di orientarsi circa il fabbisogno di copie in base all'andamento di resi e rifornimenti e delle movimentazioni di magazzino. Eventuali richieste da parte dell'autore potranno essere soddisfatte stante la disponibilità di copie in magazzino e le richieste da parte delle librerie.

Se, per ipotesi, il libro fosse esaurito ma non ci fossero ancora richieste ulteriori da parte della distribuzione, la programmazione della ristampa attenderà ordini di rifornimento significativi.