

I diversi attori e il sistema di creazione di valore dell'editoria libraria

redazione/edizione

Editore / direttore editoriale

costruzione del piano editoriale

si compiono le scelte fondamentali:

i generi e la struttura in collane

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

gli orientamenti culturali e di politica editoriale

le scelte "di campo" dell'editore: in quali aree di produzione si esplora
(autori, stile dei libri, pubblico di lettori)

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 editrici

la costruzione del catalogo

l'equilibrio difficile tra novità, ristampe, nuove edizioni

la costruzione del budget

le risorse disponibili e la loro distribuzione
la previsione e la gestione della crescita

la ricerca e lo sviluppo in nuove direzioni

l'attenzione all'innovazione e l'investimento in nuove attività
(per interi settori di mercato, per nicchie, per tecnologie, per supporti)