



Bibliodiversità in biblioteca

Le iniziative di Promedi e NW Consulenza e Marketing Editoriale al servizio delle biblioteche per rimanere aggiornati su novità e catalogo di editori di riconosciuta qualità

Promedi srl opera dal 1983 nel canale della promozione editoriale e libraria per un prestigioso gruppo di editori indipendenti di grande qualità e storia.

Da Promedi nasce, nel 2018, NW Consulenza e Marketing Editoriale. Entrambe le società si propongono di lavorare su una forte integrazione tra casa editrice e struttura commerciale, mettendo l'editore e il libro al centro di ogni attività con un ampio coinvolgimento in tutte le strategie commerciali.

A parlarci diffusamente delle loro attività e del rapporto che intendono attivare con le biblioteche – presidio della cultura sul territorio – sono Fabio Abate, direttore di Promedi, ed Enrico Quaglia, direttore generale di NW Consulenza e marketing editoriale.

Come e perché nasce Promedi e come lavora con i propri editori?

Abate: Promedi nasce oltre trent'anni fa come struttura promozionale della casa editrice il Mulino e ha sempre mantenuto tra sue caratteristiche fondanti il fatto di avere pochi ma strutturati clienti editori, perlopiù complementari tra loro. Promedi è formata da professionisti di lungo corso che mettono a disposizione degli editori e delle loro direzioni commerciali esperienza e competenza, unite a una costante attenzione all'innovazione e alle nuove tecnologie

digitali per una efficace promozione del libro e della lettura. Grazie all'integrazione con i dati dei distributori e delle principali società di ricerche di mercato, Promedi interpreta segnali e tendenze e si configura come partner strategico per gli editori, dando indicazioni preziose anche per le loro scelte editoriali.

Da Promedi nasce NW: quali sono i principi ispiratori e perché creare una nuova rete?

Quaglia: NW nasce in continuità con i principi che hanno sempre ispirato Promedi e dedica la propria attenzione a interlocutori tradizionali e a nuovi canali di vendita con un approccio innovativo. Oltre al servizio di diffusione dei volumi, NW offre agli editori altri servizi complementari alla vendita e al marketing, quali consulenza strategica, stampa digitale, ufficio stampa e web marketing. Per raggiungere il risultato condiviso, NW, oltre alla promozione, si dedica ai clienti editori attraverso un supporto alla consulenza commerciale e di marketing, analisi di mercato, e con servizi dedicati di comunicazione che possono comprendere, tra gli altri, ufficio stampa, web marketing, allestimenti per punti vendita, stampa digitale. Ogni editore avrà a disposizione, inoltre, un proprio consulente, così da garantire un rapporto continuo e diretto.

Il promotore "tradizionale" è una figura che – in quanto tramite tra editore e libreria – è spesso poco conosciuta dal bibliotecario. Qual è esattamente il suo ruolo?

Abate: In realtà la promozione ha sempre avuto un ruolo molto importante sulla filiera, ora più che mai. Lo stretto contatto con il territorio, la vicinanza alle problematiche delle librerie fisiche, il saper si adattare alle nuove esigenze del mercato, il comprendere e sviluppare il lavoro con i clienti online, mantenendo uno stretto contatto con gli editori e un approccio consulenziale con gli stessi, permette di essere il partner indispensabile per l'editore. La rete vendita sul territorio raccoglie feedback e ci permette di essere un interlocutore credibile per gli editori. Il nostro obiettivo è quello di mettere questo patrimonio di relazioni e di competenze anche al servizio dei bibliotecari e dei nostri editori.

Con quali criteri vengono selezionati gli editori promossi da NW?

Quaglia: Nel caso di NW, la scelta degli editori nel "portafoglio" si basa su alcune caratteristiche essenziali:

1. una non sovrapposizione con altri editori di dimensioni similari;
2. una più grande e possibile eterogeneità per portafoglio NW;
3. una progettualità editoriale che garantisca continuità, costanza di uscite e che si proponga con idee molto chiare e coerenti con il progetto della stessa casa editrice;
4. in generale vogliamo mantene-



Fabio Abate ed Enrico Quaglia

re un numero non elevato di editori in promozione per permetterci di svolgere un'attività di consulenza molto profilata sull'editore, garantendo attenzione continua e supporto.

Che cosa rappresenta per voi il canale biblioteche?

Abate: Già dallo scorso anno abbiamo avviato una stretta collaborazione con il mondo delle biblioteche; l'idea di investire su questo settore, unita agli aiuti statali arrivati in questi anni, pensiamo sia

strategica. In tutto il mondo le biblioteche rappresentano il vero tessuto culturale del territorio, in Italia questa realtà ha attraversato un momento di declino: noi siamo determinati a contribuire al miglior lavoro delle biblioteche innanzitutto attraverso il costante supporto per le librerie o quelle realtà che in continuità lavorano in simbiosi con le biblioteche sul territorio, e poi con strumenti dedicati per agevolare la scelta e approvvigionamento dei volumi come ad esempio la realizzazione di un catalogo specifico che consente

di approfondire la conoscenza dei volumi degli editori che rappresentiamo. Siamo convinti che il rifinanziamento approvato anche per quest'anno permetta di mantenere un rapporto virtuoso tra le diverse realtà del territorio con le librerie che diventano le vere protagoniste; infatti, coinvolte nel processo di acquisto da parte delle biblioteche, entrano oggi in gioco come in passato non accadeva.

Quaglia: Pensiamo che tutte le diverse realtà del mondo editoriale, librerie, editori e biblioteche siano coinvolte in un progetto comune che è quello di incentivare la lettura e la diffusione della cultura in tutte le sue forme. Il dialogo che si viene a creare permette una maggior conoscenza dei contenuti e delle nuove proposte editoriali. In questo contesto una rete promozionale come NW può supportare le biblioteche nella conoscenza e approfondimento delle proposte editoriali dei nostri editoriali, informare con diverse modalità, mailing list dedicate, catalogo ed altro. Non solo: durante il primo lockdown NW ha creato il progetto LibridaAsporto, che vede oggi oltre 400 librerie indipendenti sul territorio. In questo contesto stiamo valutando come coinvolgerle per l'acquisto dei volumi desiderati dalle biblioteche, le quali riceverebbero un omaggio dagli stessi librai.