

## SCHEDA DI CASO

**RISULTATO ATTESO 1** - Definire il progetto editoriale sulla base della ricerca e valutazione del target di riferimento, della tiratura e dei canali di distribuzione del prodotto editoriale tenendo conto delle linee guida della casa editrice

### **1 - DEFINIZIONE DEL PROGETTO EDITORIALE**

Grado di complessità 2

#### **1.2 ANALISI DELLE ESIGENZE DELL'EDITORE**

Identificare con l'editore le caratteristiche base del progetto editoriale (es. collana o opera; romanzo o saggio; per ragazzi o per adulti), delle risorse economiche a disposizione e dei tempi di rilascio, delineando una prima ipotesi (o set di ipotesi) nel rispetto delle linee guida generali della casa editrice.

#### **1.2 ANALISI DEL MERCATO EDITORIALE**

Analizzare le caratteristiche e le tendenze del mercato editoriale per individuare i progetti editoriali più promettenti, sulla base delle prime ipotesi delineate con l'editore, utilizzando gli specifici strumenti di marketing o effettuando delle indagini ad hoc.

#### **1.2 INDIVIDUAZIONE DEL TARGET DI RIFERIMENTO**

Individuare il target di riferimento del progetto editoriale sulla base delle specifiche fornite dall'editore, valutando le preferenze del target rispetto alle caratteristiche del prodotto editoriale (es. target giovani: preferenza per il prodotto editoriale digitale, utilizzo di immagini o disegni, ...).

Grado di complessità 1

#### **1.1 DEFINIZIONE DELLA TIRATURA**

Definire la tiratura ottimale sulla base di progetti analoghi già realizzati e del target di riferimento o con opportune ricerche, secondo le specifiche tecnico-economiche concordate con l'editore.

#### **1.1 INDIVIDUAZIONE DEI CANALI DI DISTRIBUZIONE**

Valutare i canali di distribuzione più efficaci sulla base di progetti analoghi già realizzati o con opportune ricerche tenendo conto del target di riferimento e del tipo di progetto editoriale.

### **2 - STESURA DELLA PROPOSTA DI PROGETTO EDITORIALE**

Grado di complessità 1

## ADA.17.01.01 - DEFINIZIONE DEL PROGETTO EDITORIALE (TRADIZIONALE E/O ELETTRONICO)

### 2.1 PREDISPOSIZIONE DEL PROGETTO EDITORIALE

Predisporre il progetto editoriale sulla base delle caratteristiche individuate, proponendo eventuali alternative, nel rispetto delle specifiche tecnico-economiche concordate con l'editore, utilizzando appositi software.

## ADA.17.01.01 - DEFINIZIONE DEL PROGETTO EDITORIALE (TRADIZIONALE E/O ELETTRONICO)

### SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 1

#### **RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)**

- Software per il digital marketing (es. per l'analisi e il monitoraggio della concorrenza, per la mappatura del mercato e del benchmarking)
- Software per la progettazione editoriale
- Linee guida della casa editrice
- Tipologie di prodotti editoriali tradizionali ed elettronici
- Report di settore
- Possibili target di riferimento e loro caratteristiche
- Indicazioni su trend di specifici mercati editoriali

#### **TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ**

- Metodologie, tecniche e operatività di analisi del mercato editoriale
- Operatività di analisi dei requisiti tecnico-economici
- Tecniche e operatività di analisi e valutazione del target di riferimento
- Tecniche e operatività di analisi e valutazione dei canali di distribuzione
- Tecniche e operatività di definizione della tiratura ottimale
- Operatività di redazione di progetti editoriali

#### **OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ**

- Progetto editoriale concordato con l'editore
- Specifiche tecnico-economiche definite

#### **INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE**

##### **ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE**

1. Le metodologie e le tecniche di analisi di mercato di un progetto editoriale
2. Le tipologie di target di riferimento dei prodotti editoriali
3. Le tipologie dei canali di distribuzione dei prodotti editoriali

##### **DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE**

1. Prova prestazionale: sulla base delle linee guida della casa editrice e di specifiche economiche predeterminate, definire un set di tre possibili progetti editoriali per un target di riferimento dato
2. Prova prestazionale: sulla base delle linee guida della casa editrice e dell'analisi di prodotti concorrenti, proporre un progetto editoriale innovativo individuando i canali di distribuzione più

## ADA.17.01.01 - DEFINIZIONE DEL PROGETTO EDITORIALE (TRADIZIONALE E/O ELETTRONICO)

efficaci

3. Colloquio tecnico sulle modalità di definizione della tiratura ottimale
4. Colloquio tecnico sulle modalità di analisi del mercato editoriale

## ADA.17.01.01 - DEFINIZIONE DEL PROGETTO EDITORIALE (TRADIZIONALE E/O ELETTRONICO)

### FONTI

AA.VV., Manuale di tecnologia grafica, volumi I e II, Scuola Grafica e Cartaria "San Zeno" di Verona,  
<https://www.enipg.it/>

Documenti tecnici TAGA Italia, <https://www.tagaitalia.it/>