CHE TEMPO FA

ADESSO 9°C

SAB 23 5.7°C 8.4°C

DOM 24 7.8°C 11.0°C

@Datameteo.com

Banca di Caraglio
MUTUO SubitoCasa Max
in 5 giorni a TASSO FISSO

Ritiriamo materiali ferrosi e metalli, Batterie e Componenti elettrici (RAEE)

26 OTTOBRE 2019 - 12 GENNAIO 2020
PALAZZO BANCA D'ALBA
ingresso libero

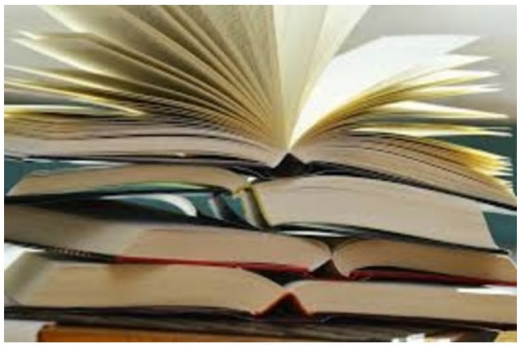
BCC CASALGRASSO E SANT'ALBANO STURA
1° IN PIEMONTE PER SOLIDITÀ

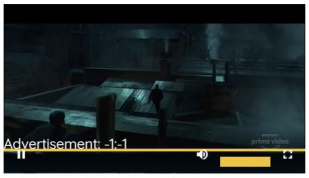
EVENTI | 22 novembre 2019, 07:50

Debutta a Torino "The Publishing Fair", la prima fiera dedicata all'editoria

0 Consiglia

Fino a domenica 24 novembre, un programma di eventi a Palazzo Copernico Garibaldi





Da oggi e fino al 24 novembre l'industria editoriale si dà ufficialmente appuntamento a Torino per la prima edizione di "The Publishing Fair", l'evento dedicato ai professionisti della filiera dell'editoria, ideato da Marzia Camarda e Lorenzo Armando.

Per tre giorni l'intero Palazzo Copernico Garibaldi (corso Valdocco 2) si trasformerà in una grande agorà per ospitare editori e professionisti del libro, come redattori, grafici, service, designer, bibliotecari, sviluppatori di software, ma anche esperti di intelligenza artificiale e di realtà aumentata applicata all'editoria, di e-learning e di tecnologie del linguaggio, di progetti europei e di formazione professionale, e ancora stampatori, cartiere, distributori, social media manager, iconografi, illustratori e type designer. L'obiettivo: delineare gli attuali trend e ragionare sulle nuove frontiere del settore.

Un campo da esplorare proprio alla luce delle ultime innovazioni, a partire dall'avvento dell'e-book, fino alle sfide che si delineano giorno dopo giorno: dall'audiolibro ai podcast, dalle app alla realtà aumentata, dall'intelligenza artificiale ai contenuti on line, dall'accessibilità al rispetto della diversity.

“Tra gli imprenditori del settore, da sempre abituati a coniugare nuove tecnologie, innovazione, creatività e artigianato e a sperimentare, si sentiva la mancanza di una casa comune, un luogo dove poter trovare occasioni di alta formazione, di matching tra domanda e offerta di lavoro, e anche semplicemente di confronto e riflessione per crescere e creare collaborazioni e reti non solo a livello nazionale. Di qui l’idea di dare vita a The Publishing Fair, un laboratorio di best practices, dove far incontrare imprenditori, creativi e fornitori provenienti da tutta Italia, ma anche dall’Europa”, spiegano gli ideatori Marzia Camarda e Lorenzo Armando.

“Siamo percepiti come un comparto un po’ vecchio e polveroso, preoccupato più che altro di contrastare il calo delle vendite di fronte a un pubblico di italiani sostanzialmente non lettori. La realtà è che il comparto editoriale resta il primo settore culturale in Italia per fatturato, con numeri superiori al cinema, alla tv e ai videogames, ma è anche caratterizzato da vivacità e dinamismo: un vero laboratorio di sperimentazione nell’ambito della creazione e trasmissione dei contenuti”, aggiungono, ricordando che le stime dell’Aie per il 2018 parlano di un fatturato per il mercato del libro di 3,170 miliardi di euro, in crescita del 2,1% rispetto all’anno precedente.

“Con l’arrivo di The Publishing Fair, Torino conferma la sua vocazione ad accogliere iniziative di qualità e innovative anche in settori come quello editoriale. Non possiamo che augurarci che questa sia solo una prima edizione di successo, che contribuisca a confermare il ruolo di Torino nel settore dell’industria dell’editoria e di tutta la filiera”, dichiara l’assessora alla cultura della Città di Torino Francesca Leon.

Tema della prima edizione saranno soprattutto i comparti dell’editoria non fiction (scolastica, accademica, professionale, saggistica, giornalismo, food, grandi opere, graphic novel), che rappresentano i due terzi della produzione. Saranno 75 gli appuntamenti, con 90 relatori impegnati in conferenze, tavole rotonde e workshop formativi, che vedranno protagonisti realtà dell’editoria italiana grandi e meno grandi, come Mondadori, Zanichelli, Giunti, DeAgostini, GEMS, Lattes, Loescher, Einaudi, Bollati Boringhieri, Utet, Vallardi, Mimesis, Chiarelettere, il Mulino, Sei, Nino Aragno Editore, per citare qualche nome. L’apertura al panorama internazionale è testimoniata dalla presenza di marchi come Phaidon, Stanford University, Bridgeman, Wolters Kluwer, Association of European University Presses, UCL Press, Ubiquity Press.

Il boom degli audiolibri (con Audible, Emons e Storytel), le tecnologie e i nuovi prodotti che stanno rivoluzionando il modo di produrre libri e contenuti editoriali saranno fra i temi sotto i riflettori della prima giornata della manifestazione, il 22 novembre, intitolata “How Publishing Works”.

Sarà anche il momento per scattare una fotografia del panorama attuale dell’editoria in Italia, con Carlo Robiglio, presidente nazionale di Piccola Industria Confindustria, nonché editore a sua volta. Mentre a fornire uno scenario aggiornato del quadro internazionale, suggerendo possibili strategie operative per incentivare l’apertura dell’editoria italiana ai mercati esteri, sarà José Manuel Anta, presidente dell’International Publishing Distribution Association, che sta lavorando alla nascita di un network europeo di eventi dedicati all’innovazione editoriale, di cui per l’Italia sarà parte The Publishing Fair.

Per la prima volta editor di importanti case editrici, in qualche caso anche concorrenti tra loro, apriranno la loro cassetta degli attrezzi con l'idea di confrontarsi, ma soprattutto di formare le nuove leve dell'editoria. Michele Luzzatto di Bollati Boringhieri e Vittorio Bo di Codice Edizioni si confronteranno sul tema della divulgazione scientifica e sul difficile equilibrio tra accessibilità e complessità, mentre l'editor Marcella Meciani (Antonio Vallardi Editore) farà luce sulla manualistica per il grande pubblico e a parlare del mestiere di editor di saggistica sarà Carlo Alberto Bonadies di Einaudi. Non mancheranno esperti di editoria food, Marco Bolasco (Giunti), giornalistica, Lorenzo Fazio (Chiarelettere) e graphic novel, Emanuele Di Giorgi (Tunuè).

Il rapporto tra editoria e intelligenza artificiale sarà al centro del confronto, nel pomeriggio del 22 novembre, tra Simonetta Montemagni, direttore dell'Istituto di Linguistica Computazionale del Cnr e Fabio Ferri, responsabile delle attività multimediali di Mondadori Educational, con il contributo di aziende leader nel settore come Gruppo Meta e Celi.

Sempre nella giornata di apertura, grazie alla Fondazione Bellisario, a The Publishing Fair vedrà la luce un nuovo premio. Si tratta di "Women in Publishing", un riconoscimento alla carriera dedicato alle donne che si sono distinte nel mondo dell'editoria. Sarà Annamaria Malato, presidente della fiera di Roma "Più libri, più liberi", la prima personalità ad aggiudicarsi il riconoscimento, consegnato di persona da Lella Golfo, presidente della Fondazione Bellisario.

In conclusione, questa sera, l'attesa conferenza della direttrice di uno dei marchi editoriali di maggior prestigio nel mondo, Phaidon Press, Emilia Terragni.

La seconda giornata della fiera, sabato 23 novembre ("Education"), sarà dedicata all'editoria scolastica. Ad aprirla, un confronto tra gli editori di settore e una delegazione della Commissione Cultura e Istruzione del Parlamento, guidata dall'onorevole Alessandro Fusacchia. Obiettivo dell'incontro quello di procedere verso la stesura di un documento programmatico contro gli stereotipi di genere, in vista di una proposta di legge per introdurre la diversity nei libri di testo.

Ancora, tra gli eventi della giornata "Amore a primo bit", uno speed date tra Mondadori, De Agostini, Giunti e Gems da un lato e giovani freelance innovatori nel campo dell'editoria digitale. E "Service Pride", un incontro che porta per la prima volta sotto i riflettori la realtà dei service editoriali, cioè gli studi che lavorano fianco a fianco agli editori per realizzare e dar forma alle loro idee.

Domenica 24 novembre è la giornata "Academic and Professional". Al centro dell'attenzione, l'editoria rivolta alle professioni (medici, giuristi, manager), un settore in cui il digitale ha spesso ormai sopravanzato il cartaceo, e in cui focalizzarsi sulla cosiddetta user experience è una priorità per tutti, dalle multinazionali agli editori di nicchia.