

## Sezioni

Agenda  
 Associazioni  
 Beyond  
 CSR  
 Educational  
 Eventi  
 Gare  
**Internet**  
 Inchieste  
 Marketing  
 Media  
 Off the records  
 Persone  
 Premi  
 Pubblicità  
 Rassegna Stampa  
 Worldwide

Home > Internet

## Il Gruppo Editoriale Mauri Spagnol lancia illibraio.it, punto d'incontro per lettori, autori, librai, media, professionisti

10/11/2014

Guarda il [video](#). Il progetto editoriale realizzato in collaborazione con **Iaki**, si articola in quattro fasi: la versione beta del nuovo sito illibraio.it seguita dal portale ufficiale, a cui seguirà il lancio di un'app per smartphone e tablet, IOS e Android, con servizi di geolocalizzazione legati agli eventi del mondo del libro e informazioni su tutti i libri e gli ebook in commercio. A febbraio sito e app si arricchiranno di ulteriori servizi legati al mondo delle librerie. Sito e app dialogheranno costantemente con le community dei lettori sui social media dove illibraio.it già conta circa 110 mila liker su Facebook, 12 milafollower su Twitter, 1 milione di visualizzazioni su YouTube.



L'industria libraria vive una fase complessa, di grandi trasformazioni e, allo stesso tempo, di grandi opportunità.

L'impatto della rete e della rivoluzione digitale,

con cui fanno i conti gli editori di tutto il mondo, coinvolge i lettori come l'intera filiera del libro. Anche il mondo del giornalismo si trasforma e, con l'affermazione dei socialnetwork, lo stesso giornalismo culturale si ridefinisce profondamente.

In questo contesto in rapida evoluzione, il **Gruppo Editoriale Mauri Spagnol** prosegue i suoi investimenti nell'area digitale con un nuovo progetto e rilancia lo storico marchio **Il Libraio** che ambisce ad essere il punto di incontro per i lettori ("forti" e non), gli autori, i librai, imedia e gli addetti ai lavori dell'editoria.

Il progetto si articola in quattro fasi:

Il 10 novembre la messa online di una versione beta del nuovo sito illibraio.it, sviluppato in responsive web design.

Dopo una fase di test e di ascolto degli utenti, sia online sia offline (in particolare durante Bookcity), entro il 20 dicembre è previsto il secondo rilascio del sito, con ulteriori funzionalità; in particolare, a regime il sito offrirà agli utenti innovative modalità di ricerca e scoperta dei libri più affini ai loro gusti non limitandosi al catalogo GeMS, ma aprendosi ai libri e agli ebook di tutti gli editori italiani.

## Altre nella sezione

- ▶ **10/12/2014 19:02**  
A ottobre oltre 18 milioni di utenti unici per Banzai, quarta dopo Google, Facebook e Microsoft con una reach pari al 63.3% degli utenti italiani di Internet
- ▶ **10/12/2014 18:34**  
Seat PG lancia 'Adv on Facebook' per le PMI, l'offerta di adv con audience e frequenza misurabili
- ▶ **10/12/2014 17:20**  
"The Hello Experiment", l'esperienza psicologico-sociologica di Nescafé diventa un fenomeno virale e spopola in rete
- ▶ **10/12/2014 17:14**  
Advit è la nuova concessionaria di pubblicità di motorimagazine.it
- ▶ **10/12/2014 17:05**  
Su Facebook la nuova campagna eDreams per il Natale

▶ **Altre Notizie**

A gennaio sarà rilasciata un'innovativa app per smartphone e tablet, IOS e Android, con servizi di geolocalizzazione legati agli eventi del mondo del libro e informazioni su tutti i libri e gli ebook in commercio.

A febbraio sito e app si arricchiranno di ulteriori servizi legati al mondo delle librerie, offrendo agli utenti la possibilità di scoprire le libreria più vicine a loro. Sito e app dialogheranno costantemente con le community dei lettori sui social media dove illibraio.it già conta un'ampia base di fan (circa 110 mila liker su Facebook, 12 milafollower su Twitter, 1 milione di visualizzazioni su YouTube).

I contenuti di illibraio.it sono curati dal giornalista Antonio Prudeniano, dallo scorso luglio Web Content Manager di **GeMS**. Il progetto vede protagonista l'Area Digital diretta da **Alessandro Magno**, con **Mauro Tosca** Responsabile della Produzione Digitale, e l'Area Marketing guidata da **Elena Pavanetto**, con **Caterina Sonato**, Digital Marketing Manager.

Il progetto è sviluppato con l'agenzia **IAKI**, guidata da Sandro Marchetti.

Il sito e l'app, forti di un'ampia area giornalistica indipendente aggiornata quotidianamente, sono concepiti per dare spazio a tutti gli editori italiani e internazionali e ospitare news, interviste, approfondimenti, retroscena sul mondo dell'editoria (nella sezione "notizie") e sulle nuove frontiere del digitale (nella sezione "libri 2.0").

Grande attenzione è rivolta alle librerie - e ai librai indipendenti in particolare - a cui è dedicata un'apposita sezione, che dà spazio a notizie, interviste, curiosità, storie e, naturalmente, ai problemi del settore e ai modi per superarli.

Non solo: nelle sezioni "d'autore" ed "editoriali" si possono leggere contenuti esclusivi di scrittori, editor e professionisti del settore.

Sul sito si possono scoprire romanzi e saggi in arrivo nelle librerie nella sezione "novità", in cui vengono valorizzati format multimediali pensati per i lettori abituati a frequentare la rete e i social network.

illibraio.it e l'app sono anche una community e danno l'opportunità agli utenti di "giocare" con i libri, di recensirli e di seguire percorsi di lettura personalizzati.

Oltre all'area giornalistica, che occupa lo spazio principale della home page, il nuovo sito contiene naturalmente le schede di tutti gli autori delle sigle del gruppo GeMS e specifiche aree di marketing che valorizzano le novità pubblicate, separate dall'attività giornalistica.

Nel nuovo spazio online, confluiscono la precedente versione di illibraio.it, assieme ai siti Cado in piedi e InfiniteStorie, il portale del romanzo.

Dal nuovo sito è possibile, inoltre, abbonarsi gratuitamente e ricevere a casa (o sfogliare online) la storica rivista Il Libraio (5 uscite all'anno).

Fra i contenuti giornalistici pubblicati in occasione del lancio del sito: le interviste a Riccardo Cavallero (Mondadori Libri), a Sandro Ferri (E/O), a Giuseppe Russo (Neri Pozza), al presidente del Centro per il libro e la lettura Romano Montroni, al presidente dell'Associazione Librai Italiani Alberto Galla, al direttore della Fondazione Bellonci Stefano Petrocchi, a Gian Arturo Ferrari, agli scrittori Sandro Veronesi, Donato Carrisi, Daria Bignardi, Amy Tan, Nicola Lagioia, Glenn Cooper, Antonio Moresco, Valentina D'Urbano, Marco Malvaldi, Wulf Dorn e a molti altri.

Tra i "focus" proposti, quello sullo scontro tra Amazon e gli editori tradizionali (inchiesta a puntate cominciata la scorsa estate su Cado in piedi), che ospita le interviste, tra gli altri, al ministro dei Beni e le Attività Culturali Dario Franceschini, a Elisabetta Sgarbi (Bompiani) a Massimo Turchetta (Rcs Libri) e a Gianluca Foglia (Feltrinelli).

In attesa dei tanti nuovi contenuti che saranno pubblicati a novembre, sono già online, tra le altre, l'inchiesta sulle "strategie di resistenza in libreria", un approfondimento sulla tendenza che vede sempre romanzi e saggi parlare delle librerie e sull'aumento dei libri scritti dai librai, un viaggio virtuale tra i blog curati dai librai e, ancora, notizie su nuove collane e nuovi marchi editoriali (anche internazionali), anticipazioni legate a tendenze in arrivo dall'estero, cambi di poltrona nell'ambiente editoriale e molto altro ancora.

Tra le rubriche del sito, "Fondamenti di botanica degli scrittori" a cura di Giuseppe Strazzeri, "6 libri di separazione" a cura di Cristina Prasso ed "Editing soundscape" a cura di Fabrizio Cocco. Spazio anche agli approfondimenti sulla grafica editoriale, con Paolo Zaninoni, alla fotografia, con Elisabetta Migliavada, alle passioni culturali, con Mariagrazia Mazzitelli, ai nuovi scenari dell'editoria digitale, con Vincenzo Russi. Tra le "firme" del sito, anche Luigi Brioschi e Luigi Spagnol.

Per **Stefano Mauri**, Presidente e Amministratore Delegato di GeMS, "la verità è che gli editori avrebbero sempre voluto avere internet. Dopo aver scelto un libro, aver investito risorse, lavoro e passione, gli editori con i costosi mezzi tradizionali hanno, infatti, sempre avuto difficoltà a informare il pubblico adeguatamente del perché ogni libro, a suo modo, era necessario, e delle caratteristiche che ne consigliavano la lettura. Oggi, perlomeno, esiste una bottiglia in cui infilare il proprio messaggio sperando che i lettori lo raccolgano". Aggiunge l'editore: "Non tutti i libri hanno la fortuna di diventare dei bestseller, ma attraverso il web, le notizie che noi diamo, i motori di ricerca e i negozi online i lettori possono imbattersi nelle informazioni necessarie a far scoprire loro i libri che cercavano. È naturale, dunque, investire perché queste bottiglie viaggino il più possibile e incontrino coloro che le desiderano, magari a loro insaputa".

Quanto alla scelta di aprire anche ad autori ed editori esterni a GeMS, per Mauri "nessun editore è mai stato così pazzo da dire: solo i miei libri sono belli. Noi editori ci appassioniamo anche dei libri altrui. E i libri parlano di libri. Sono fatti di altri libri, letti da chi li ha scritti. In qualche modo è indispensabile parlare dei libri degli altri, anche solo nell'esprimere le proprie linee. E nessun lettore legge i libri di una sola casa editrice".

Lo spirito di fondo che anima il nuovo sito è ben interpretato dalle

parole di James Patterson, lo scrittore più letto al mondo, impegnato nel sostegno concreto delle librerie indipendenti e nella promozione della lettura tra i bambini, che dice che "un popolo di lettori è fatto anche di cittadini migliori, più consapevoli, meno sprovveduti".

**Stampa questo articolo** 

**Invia questo articolo** 