

Workflow *di* pubblicazione



Un workflow di pubblicazione ben organizzato è garanzia di affidabilità e assicura la qualità del progetto editoriale.

1. Pianificazione e acquisizione

* **Progettazione**

Alla ricezione di una proposta di pubblicazione, il comitato redazionale ha il compito di verificarne la fattibilità. L'obiettivo comune è una produzione editoriale accurata, di alta qualità, al tempo stesso, leggera e sostenibile nei costi, veloce nei tempi di realizzazione. Conosciamo bene le esigenze reali della comunità scientifica, e mettiamo al servizio infrastrutture tecnologiche, consolidati rapporti con partner altamente professionali della nuova filiera editoriale, reti dedicate alle esigenze amministrative improntate ai principi dell'integrazione e della trasparenza nell'accesso alle risorse, partecipazione ai progetti, condivisione nelle scelte degli strumenti a supporto dell'apprendimento e della ricerca.

* **Valutazione scientifica**

Per valutare la proposta di pubblicazione verrà comunemente utilizza-

to il metodo della peer review per le opere che saranno incluse in collane referate, altrimenti, sarà compito dei comitati scientifici, analizzarle. Per le opere collettanee, il corresponding author dovrà comunicare all'editore ogni aspetto necessario durante l'intero flusso di pubblicazione: sottomissione del manoscritto, feedback richiesto durante la peer review, definizione dettagliata delle informazioni su nomi, affiliazioni, ruoli di autori e collaboratori che dovranno comparire nella versione editoriale del lavoro.

* **Contrattualistica**

Superata positivamente la valutazione, si renderà necessario acquisire i diritti d'autore per la pubblicazione, svolgere le pratiche amministrative e gestionali inerenti: stesura del contratto di edizione, accordi riguardanti eventuali licenze Open Access, gestione e amministrazione del contributo, acquisizione di buono d'ordine.

2. Produzione editoriale

La produzione editoriale si articola in una serie di fasi ben stabilite, che tuttavia possono variare da caso a caso; indipendentemente dalla lavorazione,



dal numero di passaggi e figure professionali coinvolte, si tratta di un flusso sequenziale che si snoda su un arco temporale variabile, dove il coordinamento svolge un ruolo fondamentale.

* **Editing**

Sarà il primo step del processo produttivo in cui il redattore incaricato dialogherà con l'autore, perseguendo il comune obiettivo di migliorare il testo da pubblicare. L'intervento potrà, a seconda dei casi, rendersi necessario su più livelli: l'organizzazione, il contenuto, la forma, l'uniformazione alle norme editoriali. Oltre al redattore che interagirà con l'autore, potranno intervenire altri componenti della redazione, interni o esterni alla casa editrice, ciascuno con il proprio contributo specializzato al lavoro.

* **Grafica e impaginazione**

Questo sarà il momento in cui verrà messo appunto il progetto grafico redazionale, andrà predisposto il layout di composizione, l'importazione dei testi, l'elaborazione di eventuali immagini, grafici, tabelle, note, apparati, si procederà con la post-produzione e l'impaginazione professionale. A partire dai materiali impaginati si po-

tranno prevedere diversi giri di bozze, di cui almeno uno dovrà essere effettuato dall'autore.

* **Marcatura e indicizzazione**

Una volta completata l'opera, occorrerà predisporre gli indici definitivi e l'opportuno set di dati e metadati (anche in formato XML) necessari per la pubblicazione, la promozione e la disseminazione dell'opera stessa (ad esempio per marcare le referenze bibliografiche, creare gli indici dei nomi ed effettuare la registrazione del DOI).

* **Realizzazione supporti definitivi**

A seconda del progetto, occorre realizzare i vari formati/supporti previsti; i principali formati digitali sono PDF, ePub, HTML. Per la stampa tipografica ci si avvale di tipografie specializzate nelle varie realizzazioni; potranno essere previste varie personalizzazioni nel rispetto dei layout grafici di collana e degli ambiti disciplinari, non standardizzate ma studiate ad hoc nei formati, nella scelta delle carte e in tutti i dettagli che danno allo strumento cartaceo la giusta dimensione qualitativa. Inoltre le tirature potranno essere modulate anche a partire dalla singola copia.



Fanno parte di questa fase anche le procedure del controllo qualità delle prestampate e la corretta archiviazione dei materiali di lavorazione, per eventuali nuove edizioni dell'opera.

3. *Promozione e distribuzione*

* **Marketing**

Le attività in questa fase mirano a promuovere l'opera; possono iniziare anche durante la pianificazione, come nel caso delle ricerche di mercato e del benchmarking (online e offline). Successivamente alla pubblicazione si realizzano per mezzo di campagne pubblicitarie, presentazioni, conferenze stampa, partecipazioni durante congressi, eventi televisivi o radiofonici, gestione della rassegna stampa (recensioni). Se previsto un supporto cartaceo, si predispone anche l'adeguato materiale informativo per la distribuzione e la rete di vendita. Ci occupiamo inoltre della gestione del deposito legale e dell'eventuale spedizione degli omaggi o copie saggio per le recensioni.

* **Web marketing**

Possono essere previste specifiche campagne pubblicitarie (ad esempio

con MailChimp), lancio o gestione di pagine / profili sui social network e post su vari blog o portali di settore. Spesso anche gli autori possono essere direttamente coinvolti in questa attività.

* **Distribuzione**

Per quanto riguarda i volumi cartacei rimandiamo alla mappa di distribuzione delle librerie con cui collaboriamo e gli Store online in cui sono presenti i nostri titoli (vai alla pagina). I formati digitali sono invece distribuiti da Casalini Torrossa (vai alla pagina). Più complessa e personalizzata l'attività che concerne l'indicizzazione e il posizionamento sugli aggregatori e i Repositories dei titoli in Open Access (vai alla pagina), disponibili anche sul nostro sito (vai al catalogo OA Morlacchi).

