

Nasce Lagenzia, contenuti di qualità per ogni canale. Il primo cliente è Sodexo

14/11/2013

Il nuovo progetto nasce dalla collaborazione di **Marco Ferrario** e **Marco Ghezzi** (fondatori e ideatori della piattaforma **Bookrepublic**, della casa editrice digitale 40k e **EmmaBooks**) e di **Paolo Spada**, digital strategist per numerosi global brand. Lagenzia propone sia formati editoriali standard (libri, ebook), contenuti creati ad hoc e personalizzati, legati al personal branding (biografie e presentazioni), contenuti originali per **blog, siti web e portali, social media**, canale **YouTube** e video.



Bookrepublic, la libreria on line indipendente su cui sono disponibili **oltre 70.000 titoli**, vara un nuovo progetto di attività di comunicazione editoriale: **Lagenzia**.

Bookrepublic Lagenzia, presentata ufficialmente ieri sera, 14 novembre, a Milano, è un progetto nato dalla collaborazione di **Marco Ferrario** (nella foto) e **Marco Ghezzi** (fondatori e ideatori della piattaforma Bookrepublic, della casa editrice digitale 40k e **EmmaBooks**) e di **Paolo Spada**, digital strategist per numerosi global brand.

Obiettivo de Lagenzia è creare e fornire **contenuti di qualità**, nelle molteplici forme con cui vengono organizzati e distribuiti, per permettere alle aziende e alle persone di raggiungere il loro pubblico interno ed esterno nel miglior modo possibile.

Le aziende riconoscono con chiarezza la necessità di comunicare in modo diverso dal passato con i propri clienti: 'l'**immagine aziendale**' è solo uno degli aspetti della comunicazione, ma uno spazio sempre più ampio è occupato dal '**contenuto**', capace di determinare i processi di acquisto e decisione del consumatore.

Il 'content' è un aspetto decisivo per parlare con il proprio pubblico. L'advertising non è più una leva sufficiente: un contenuto originale e di qualità è necessario per il raggiungimento degli obiettivi aziendali. Le idee devono essere raccontate in modo coerente e con i mezzi più innovativi rispetto al brand di riferimento. Come? Sempre attraverso le parole, quelle degli autori, quelle dei libri.

Il contesto digitale attuale è un'estensione potente dei luoghi delle storie, che ne muta il linguaggio, la forma, la lunghezza e la durata. La fruizione delle storie, infatti, sta mutando velocemente: in questi ultimi anni il modo di leggere è già cambiato in modo significativo.

Anche la definizione di 'editore' si scompone nell'attuale contesto digitale: una libreria di carta e di ebook, un agente letterario, un autore. E proseguendo su questa strada: ogni individuo, ogni consumatore, e anche le aziende. All'interno di questo nuovo scenario, lo spazio per l'innovazione editoriale con specifico riferimento ai contenuti diventa quindi immenso.

Da queste considerazioni, nasce il progetto de Lagenzia. Lagenzia propone sia formati editoriali standard (libri, ebook), contenuti creati ad hoc e personalizzati, legati al personal branding (biografie e presentazioni), contenuti originali per **blog, siti web e portali, social media**, canale **YouTube** e video.

"Il primo progetto che abbiamo realizzato è un lavoro di storytelling per immagini, declinato sui social media e pensato per il nostro primo cliente, **Sodexo** - ha spiegato ad **ADVexpress Marco Ferrario** -. Sodexo si è sempre raccontata in modo molto istituzionale, noi invece abbiamo deciso di cambiare approccio, mostrando alcuni scatti che ritraggono le persone che lavorano per Sodexo e raccontando le loro storie. Il lavoro andrà online a dicembre".

"Siamo sul mercato dallo scorso settembre e attualmente siamo coinvolti in varie gare creative da cui speriamo possano nascere nuove collaborazioni - ha continuato Ferrario -. I primi riscontri sono positivi: le aziende hanno sempre più la necessità di raccontare storie e dunque apprezzano il nostro approccio e il nostro posizionamento, riassunto dal nostro slogan '*Entri con un progetto, esci con una storia*'".

L'agenzia prende vita dalle menti creative di un gruppo vivace e variegato di professionisti altamente qualificati del mondo dell'editoria e della comunicazione: gli autori **Luigi Carozzo, Franz Krauspenhaar, Simon Falvo, Gianni Montieri, Fernando Coratelli, Tatiana Carelli, Fabio Palombo**. Il team però è destinato a crescere.

Marco Ferrario racconta: "Grazie ai contatti di networking a livello internazionale sviluppati attraverso il convegno di **If Book Then**, dedicato ai cambiamenti dell'editoria, in questi anni sono nati numerosi confronti con speaker di spicco sui temi legati all'innovazione in ambito editoriale. Siamo partiti dalla constatazione che gli 'editori' e le storie crescono di numero in modo esponenziale, ma che - allo stesso tempo - la qualità dei contenuti spesso costituisce un problema. Bookrepublic L'agenzia nasce come soluzione possibile ad una evidente difficoltà delle aziende ed è la naturale evoluzione in questa direzione delle nostre competenze digitali, editoriali, autoriali al servizio della qualità".

Marco Ghezzi continua: "Le storie non passano più dai soliti "cancelli": gli editori fino ad oggi hanno svolto il loro ruolo controllando la qualità e aprendo la strada verso il pubblico di lettori. Oggi gli editori non possono essere solo dei "casellanti": le narrazioni seguono e invadono tante strade differenti. Il nostro obiettivo è quello di crearle insieme all'autore, coltivarle nello spazio digitale, accompagnarle nella comunicazione e popolarle di interlocutori e nuovi protagonisti".

I consumatori confrontano, cambiano, interagiscono: vogliono sapere tutto. Le aziende devono cercare di raccontarsi in modo personale, per uscire dal caos che domina il web, e devono avere una voce unica. Una voce che non sia astratta, ma è quella vera, costituita dalle persone che la compongono. Un 'noi' che abbia la capacità di raccontare storie coerenti con il proprio brand, e che sappia farsi notare. L'azienda diventa editore del proprio mondo, responsabile del modo in cui verrà percepita e diffusa da tutti.

Paolo Spada - con una lunga esperienza professionale legata a nomi di grandi aziende - espone così il suo approccio: "Il nuovo punto di partenza per la comunicazione aziendale è la rivoluzione dei contenuti: L'agenzia è un nuovo modo per attivare la comunicazione, basata su una visione di networking. La community che ruota intorno a Bookrepublic è in continua evoluzione, ed è costituita da persone di qualità che leggono, studiano, creano. Bookrepublic e L'agenzia stanno quindi sviluppando una community valoriale: una azienda di nuovo tipo, su cui noi vogliamo puntare".

SP