

RELAZIONE C. di A. INU Edizioni all'Assemblea XXVI Congresso INU

L'attività promozionale

L'attività promozionale della casa editrice è organizzata su modalità diverse che sono riconducibili alle seguenti tipologie:

- Campagna abbonamenti: svolta attraverso le riviste in forma di inserzione pubblicitaria e con lettera rivolta agli Enti e agli abbonati morosi.
- Newsletter di aggiornamento sugli ultimi numeri delle riviste e sulle nuove pubblicazioni
- Inserzioni pubblicitarie sulle nostre riviste, sui cataloghi delle manifestazioni alle quali siamo presenti direttamente o indirettamente, sulle riviste partner
- Invio del catalogo a un indirizzario mirato che contiene gli ordini professionali, gli istituti di ricerca, le università
- Invio di omaggi a biblioteche selezionate e riviste specializzate.
- Promozione delle pubblicazioni nell'ambito di Servizi bibliografici on-line.
- Informazioni bibliografiche con ricerca elaborata
- Informazioni bibliografiche tramite i "percorsi di lettura" delle newsletter
- Trasmissione on-line di sezioni di rivista o articoli richiesti
- Presenza alle manifestazioni nazionali e regionali

Il catalogo

Con l'edizione 2006 del Catalogo si è proseguito nel processo di rinnovamento degli strumenti di promozione e di archiviazione dei prodotti che potrà essere completato una volta messo a punto il nuovo sito e attivato l'archivio informatico.

La situazione di produzione delle testate e dei fuori collana

Per quanto riguarda l'andamento delle Collane dal 2006, sono da segnalare le seguenti uscite:

Urbanistica Dossier:	18 numeri
Urbanistica Quaderni;	5 numeri
Rapporto dal territorio:	4 rapporti regionali
Fuori collana:	8 pubblicazioni

Con il Congresso 2008 di Ancona, Inuedizioni ha inaugurato **ManulINU** collana di monografie dedicata a chi opera negli ambiti della pianificazione urbanistica, del territorio e dell'ambiente. Curati da autorevoli esperti, i ManualINU intendono fornire un contributo attento sia ai contenuti teorici che all'applicazione operativa. Il primo volume, a curato di Iginò Rossi, è dedicato al tema della pianificazione commerciale. Il piano dell'opera è destinato a crescere e a modificarsi nel tempo, proprio per essere il più vicino possibile all'evolversi delle tematiche del territorio.

Abbiamo avviato alcune iniziative di **promozione delle nostre pubblicazioni**:

- campagna pubblicitaria indirizzata agli Enti per incrementare le due collane Dossier e Quaderni;
- Valorizzazione degli autori attraverso la distribuzione di copie omaggio a biblioteche, università, italiane e straniere;
- Pubblicazione delle schede descrittive di ciascuna pubblicazione nel sito, nella newsletter e nel catalogo;
- Predisposizione di depliant promozionali tematici che raccolgono le nostre più recenti pubblicazioni aggiornate e scelte tra quelle attinenti ai temi delle manifestazioni più rilevanti nel campo di interesse della casa editrice.

Altre tematiche, ancora in fase di discussione, sono legate alla messa a punto di un servizio editoriale sempre più vicino alle esigenze della committenza e riguardano in modo particolare, oltre alla nuova stesura dei contratti, anche una maggiore flessibilità dei prodotti, una migliore distribuzione, un maggiore controllo dei tempi e il contenimento dei costi.