

IL NUOVO ROMANZO DI GIANLUCA GOTTO

IL LIBRO PIÙ ATTESO DELL'ANNO

Ambientato tra Singapore e Torino, il nuovo romanzo di Gianluca Gotto racconta la storia di un uomo che, dopo anni di vagabondaggio e ricerca spirituale, ha trovato un equilibrio apparentemente perfetto a Singapore.

L'incontro improvviso con Giorgia aprirà una crepa nelle sue convinzioni, portandolo a scoprire che stare bene può essere semplice come giocare a mangiare il vento.



**TIRATURA
150.000 COPIE**

IL PIANO RETAIL

- **Convention strenne:** l'autore è stato ospite il 10 giugno alla convention strenne **Retail Mondadori**.
- **Campagna vetrine (dal 23/06):** una settimana intera di esposizione dedicata nelle vetrine delle **librerie Mondadori**.
- **Espositori:** distribuzione di 580 espositori destinati a **librerie indipendenti, di catena e GDO**.
- **Stazione di Roma Termini:** posizionamento di un pannello retroilluminato presso la libreria Borri.
- **Stazione Centrale di Milano:** visibilità presso il punto vendita Hudson con vetrofanie collocate al piano binari.
- **Aeroporti:** presidio e visibilità all'interno dei punti vendita dedicati tramite vetrine e monitor.
- **Borse omaggio:** produzione di 20.000 borse omaggio destinate a chi **acquista un libro durante gli eventi dell'autore previsti nei teatri**.



STRATEGIA DIGITALE E-COMMERCE E SITO

- Sulla scheda libro di Amazon verrà pubblicata una **scheda A+** mirata, progettata per approfondire i concetti chiave del libro.
- **Strategia SEO & content:** lavoreremo su **articoli dedicati sul sito puntando su keyword ad alto volume di ricerca legate al nome di Gianluca Gotto**. Questa attività è essenziale per intercettare il traffico organico degli utenti, garantendo che i lettori trovino contenuti ufficiali e aggiornati durante il loro percorso di ricerca e acquisto.

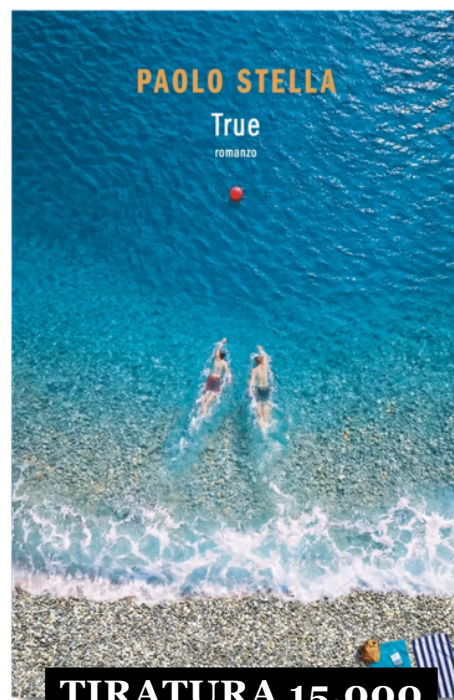


PAOLO STELLA: IL RITORNO IN LIBRERIA CON *TRUE*

**LA VERSIONE REALE E COMPLETA DEL
BESTSELLER *MEET ME ALLA BOA***



**VENDUTO 26.000
COPIE**



**TIRATURA 15.000
COPIE**

Campagna vetrine (dal 23/06): una settimana
intera di esposizione dedicata nelle vetrine
delle librerie Mondadori.

NEWS dagli E-COMMERCE

DOSTOEVSKIJ 2.0

IL CLASSICO DIVENTA UN CASO POP



Lancio della nuova uniform edition su Amazon

Il nostro impegno per valorizzare il catalogo raggiunge un nuovo traguardo. Per il lancio della uniform edition di Fëdor Dostoevskij – caratterizzata da una veste grafica fresca, contemporanea e d'impatto – abbiamo implementato un **ecosistema digitale studiato per massimizzare la visibilità e la conversione**.

- **Scheda A+ premium:** abbiamo realizzato una scheda prodotto extra, sfruttando il nuovo linguaggio grafico, ponendo l'accento sulla **modernità dell'opera di Dostoevskij** per intercettare anche un **pubblico giovane e inedito**.
- **Amazon brand store:** è ora attivo uno store dedicato che funge da **hub centrale**. L'obiettivo è guidare l'utente in un percorso immersivo tra i titoli, facilitando la scoperta dell'intera collezione e consolidando il **posizionamento di Dostoevskij come autore "pop"** che non passa mai di moda.

