



Usophy, la piattaforma per l'editoria digitale nata sotto la Mole allarga la gamma della sua innovativa offerta esperienziale e lancia "Usophy kids": libri a misura di bimbo

Torino, xx maggio 2020 - Librerie chiuse per quasi tre mesi e produzioni ferme non hanno fermato il mondo dell'editoria: se da un lato l'offerta ha subito uno stop forzato, dall'altro la domanda di cultura – complice la quarantena - non è mai stata così alta come in queste settimane.

Spingere sulla fruizione digitale dei prodotti per raggiungere i lettori, tra cui centinaia di migliaia di bambini, è stata una delle principali azioni adottate per far fronte alle esigenze delle famiglie che, costrette a casa, in questi mesi hanno dovuto ripensare a nuovi schemi di intrattenimento positivi ed educativi per i propri figli.

Il *lockdown* ha fatto emergere la potenzialità enorme del web e in questa nuova dinamica, come dimostrato nell'entertainment, le piattaforme digitali rappresentano la *killer application*. Uno schema questo, sul quale in scala più ampia, anche il Ministro dei Beni culturali e del Turismo Dario Franceschini ha annunciato di stare lavorando, per portare nelle case dei cittadini di tutto il mondo la cultura italiana.

La neonata piattaforma per l'editoria digitale Usophy creata da due ragazzi torinesi e supportata dall'investment operating company LIFFT, ha accelerato il suo percorso di crescita stringendo accordi con case editrici che operano nel settore della didattica universitaria come Celid e Ledizioni e con "Il Leone Verde", che ha il suo core business nell'editoria per l'infanzia.

"Anche in qualità di consigliere nazionale dell'Associazione Italiana Editori e quindi attento alle novità legate alla nostra industria - commenta Lorenzo Armando della Lexis, l'azienda che ha rilevato nel 2017 il marchio Celid – mi sono interessato alla proposta di Usophy sin dai suoi inizi. Il mondo dell'editoria ha, infatti, delle complessità spesso non immediatamente evidenti a chi vi si avvicina con proposte innovative, e per questo motivo ho messo a disposizione il mio punto di osservazione, coinvolgendo tra l'altro il team di Usophy nella prima edizione di The Publishing Fair, l'evento tenutosi lo scorso novembre a Torino di cui siamo tra gli organizzatori, pensato per offrire a chi lavora in questo settore, in qualsiasi punto della filiera, uno spazio per confrontarsi."

"Negli anni abbiamo assistito ad un processo di consolidamento dell'editoria digitale che ci ha permesso di capire in quali rami il digitale impatta in maniera più significativa anche sul piano del business" continua Armando. "Tra questi, quello dell'editoria didattica universitaria fino a oggi appariva in ritardo. Il lockdown ha acceso i riflettori sull'insufficienza dell'offerta legale online, dovuta innanzi tutto all'assenza di un business model sostenibile sia per le case editrici, sia per gli utilizzatori finali. Alcuni grandi editori negli anni si erano attrezzati con piattaforme digitali proprie, ma il mercato non offriva soluzioni in grado per esempio di mettere a disposizione degli studenti, per la lettura in streaming, un catalogo di libri tramite la sottoscrizione di un abbonamento, quale è Usophy, che quindi potenzialmente rappresenta, da questo punto di vista, uno strumento win-win"

Tra le altre novità della start-up anche il varo di "Usophy Kids", un brand ad hoc per i lettori più piccoli e per i genitori nato all'interno dell'offerta di Usophy, che ha pensato a una nuova proposta per i bambini e le famiglie. Un mercato quello dell'editoria per l'infanzia, che vale circa 230 milioni di euro*. Da qui la partnership "100% made in Turin" fra Usophy ed Il Leone Verde, casa editrice specializzata in libri per l'infanzia di alto profilo.

"Usophy Kids è un'interfaccia di fruizione pensata apposta per i bambini che rende la lettura estremamente intuitiva: basta cliccare sulla copertina del libro per vivere un'esperienza coinvolgente, semplice bella e colorata, studiata su misura per loro". – commenta Loris Gay, fondatore di Usophy - Un brand pensato quindi proprio per i più piccoli ma



soprattutto per le loro famiglie che in questi giorni sono chiamate a utilizzare modalità originali e intelligenti per intrattenerli.”

La partnership con Il Leone Verde è estremamente significativa in questo senso: si tratta infatti di una casa editrice focalizzata sul mondo della genitorialità e della didattica di qualità, con una proposta di elevato profilo il cui fiore all’occhiello è la collana “Il bambino naturale”, che conta più di 75 titoli (ed alla quale è collegato un blog molto frequentato) oltre alla collana dedicata ai bambini piccoli chiamata “Il Leone Verde piccoli”.

Anita Molino, fondatrice di Il Leone Verde esprime soddisfazione per un accordo che dischiude nuove opportunità: *“non penso che un’opera cartacea sia in contraddizione con una digitale. Noi già nel ’99 abbiamo cominciato a produrre contenuti anche in e-book, supportando sin dall’inizio la conversione verso il digitale. L’adesione alla piattaforma è stata quindi per noi naturale. Inoltre, trovo che l’esperienza digitale e quella cartacea non si cannibalizzano perché capita che terminata la lettura in formato digitale si voglia acquistarne anche la copia cartacea, perché l’esperienza di fruizione derivante dall’oggetto libro è diversa da quella che si può fare attraverso un tablet o uno smartphone”.*

“In questo momento – continua - uno strumento come Usophy è un’opportunità per noi che siamo sempre alla ricerca di nuovi modi per avvicinarci ai nostri lettori, con un’attenzione particolare verso il mondo delle famiglie che in questi giorni sono chiamate ad affrontare delle sfide molto importanti. Ad esempio, anche l’utilizzo dei webinar ci sta dando la possibilità di poter portare avanti i corsi che abitualmente effettuavamo in sede soprattutto nel mondo montessoriano. Purtroppo, quando si fa l’imprenditore non ci si può aspettare che le cose vadano sempre bene o sempre nello stesso modo e dalle crisi si possono trovare delle opportunità”.

Una piattaforma ideale per mamme e papà, e che affianca quella standard di Usophy, pensata per l’editoria universitaria e che sta dimostrando enormi potenzialità nel mondo editoriale *tout court*. La piattaforma Usophy offre infatti - attraverso un piccolo abbonamento mensile - la possibilità di visionare interi cataloghi di libri, con un notevole risparmio. E per le case editrici offrono un nuovo modo per avvicinarsi ai lettori offrendo un’esperienza di lettura che va molto oltre il semplice e-book. Un esempio di innovazione e creatività che ne ha fatto una delle prime start up ad essere inserita nel proprio portfolio da LIFTT, “l’ascensore di imprese” torinese guidato dallo scienziato-imprenditore Stefano Buono e nato dall’iniziativa di Compagnia di San Paolo, Politecnico di Torino e Fondazione Links.

Tra i primi a credere nel valore della convergenza digitale ed a sottoscrivere un accordo con Usophy, anche la Casa editrice universitaria Ledizioni specializzata in saggistica scientifica e accademica, che ha già da tempo virato verso soluzioni digitali. *“Il settore per l’editoria per l’università accademica era già uno dei mondi più “spostati” verso il digitale ma con questa crisi c’è stato un grosso impulso, sia per gli studenti sia per i lettori che anche un po’ forzatamente si stanno abituando a leggere e studiare in digitale. Anche le biblioteche che in questo momento non possono dare libri in prestito stanno chiedendo di ricevere libri in formato digitale per continuare a svolgere il loro servizio. Noi nello specifico eravamo forse più preparati di altri editori perché sin dalla nostra fondazione dieci anni fa - commenta uno dei soci fondatori e Consigliere del gruppo accademico professionale dell’Associazione Italiana Editori, Nicola Cavalli, - abbiamo sempre prodotto quasi tutto il nostro catalogo sia in formato cartaceo sia digitale, e quindi eravamo “pronti” a rispondere alle nuove esigenze che ora si stanno delineando in poche settimane. Per noi aderire a Usophy è stato quindi naturale anche perché essendo una piccola casa editrice non abbiamo una nostra piattaforma distributiva sul digitale”.*

“Nella mia visione ideale, peraltro, – conclude Lorenzo Armando - le tasse universitarie dovrebbero includere anche tutto ciò che riguarda la didattica, e sarebbe importante aprire in tal senso un tavolo di confronto tra istituzioni universitarie ed editori”.

* Fonte: Dati riferiti al 2018, www.giornaledellalibreria.it



LIFTT (WWW.LIFTT.COM)

LIFTT è una società di capitali operativa di tipo “Not Only Profit”, nata dall’iniziativa di Compagnia di San Paolo, del Politecnico di Torino e della Fondazione LINKS per avvicinare le opportunità di investimento ai risultati della ricerca. LIFTT opera nell’ambito delle convenzioni tra Compagnia di San Paolo e i cinque Atenei di riferimento (Politecnico di Torino, Università di Torino, Università del Piemonte Orientale, Università di Genova e Università Federico II di Napoli) per supportare il trasferimento tecnologico, dalla proof of concept maturata in ambito accademico ai mercati, tramite la costituzione di imprese ad alto potenziale di crescita. LIFTT garantisce elevata visibilità alle idee e alle neoimprese nei confronti di investitori nazionali e internazionali, attraendo capitali e garantendo il massimo impatto sul territorio locale e nazionale. Affiancando a logiche di generazione di valore per gli azionisti, LIFTT supporta la creazione di impresa, fatturato, sviluppo, occupazione e crescita economica, attraverso l’implementazione di un modello di governance etico e trasparente, basato sulla partecipazione attiva di tutti gli attori coinvolti.

Per maggiori informazioni:

alice.mariotti@liftt.com