



COMUNICATO STAMPA

## Presentazione di 'Correndo a vuoto' ad Alessandria

Il libro e il crowdfunding editoriale:

**mercoledì 20 luglio con l'associazione Libera Mente Laboratorio di Idee**

**Beppe Giuliano Monighini racconta il suo libro 'Correndo a vuoto' e la campagna di crowdfunding editoriale**, in corso con la casa editrice Bookabook, in una nuova presentazione, la prima ad **Alessandria**, dove il libro è in gran parte ambientato, **alle ore 18 di venerdì 20 luglio**. La presentazione avverrà in via Tortona 71 alla Residenza Basile.

L'incontro è **organizzato dall'associazione "Libera Mente, Laboratorio di Idee"**, e con l'autore intervengono i giornalisti **Ettore Grassano di CorriereAL** e **Antonella Mariotti de La Stampa**. Porta la propria testimonianza anche **l'olimpionica di atletica leggera Maddalena Grassano**, che gareggiò a Monaco 1972.

A proposito dell'incontro, cui seguirà un rinfresco offerto a tutti i presenti, ci dice **Fabrizio Priano, Presidente** dell'Associazione: *"La presentazione di Correndo a Vuoto di Beppe Giuliano abbina un libro che parla di un periodo storico molto interessante e lo fa in modo assolutamente originale, al crowdpublishing che è un sistema di finanziamento che può davvero innovare il mondo dell'editoria."*

'**Correndo a vuoto**', il romanzo di Beppe Giuliano, racconta due anni della vita di Gabriele, nato all'inizio degli anni sessanta: bambino nel 1967, poi liceale con la passione per la corsa nel 1978. Due anni molto importanti, non solo per lui, e nel libro infatti quel che succede a Gabriele sovente si collega ai tanti avvenimenti che in quegli anni abbiamo vissuto. Beppe Giuliano è la "firma" di **Beppe Monighini, alessandrino**, da molti anni responsabile del centro studi di una associazione. **Bookabook è la prima casa editrice italiana in crowdpublishing**, è nata poco più di tre anni fa e oggi oltre sessanta suoi libri sono nelle librerie. Lo scopo di Bookabook è non limitarsi a pubblicare libri per i lettori, ma a pubblicare libri con i lettori, mettendoli al centro del processo editoriale. L'idea alla base è semplice: unire le potenzialità del crowdfunding con la ricerca della qualità dell'editoria tradizionale. I libri che in una campagna di 100 giorni sono scelti da almeno 250 lettori vengono pubblicati e distribuiti.