

LA GRANDE SFIDA DEGLI **E-BOOK**

Aumentano i libri elettronici in italiano: il mercato è ancora piccolo ma guarda già ai livelli americani. Diverse esperienze indicano che la tecnologia cambierà il modo di leggere e il ruolo della carta. In Ticino si osservano con interesse le mosse dei giganti dell'editoria.

DA SAPERE



È il romanzo a funzionare di più

Come per i libri di carta, anche per gli e-book ci sono le classifiche dei più letti. Probabilmente, in quest'ultimo caso, l'attenzione alle vendite è più maniacale. L'aggiornamento avviene, di solito, ogni settimana o al massimo ogni due. Sul sito internet www.pianetaebook.com è, per esempio, possibile seguire le notizie aggiornate su questo spaccato di editoria e di cultura. Ci sono suggerimenti, sondaggi, segnalazioni delle novità che stanno emergendo sul fronte dei libri e degli e-reader. E ci sono appunto anche le classifiche dei libri digitali più venduti, ricavate dai portali che le rendono regolarmente note al pubblico.

A un primo sguardo appare evidente che sono soprattutto romanzi e racconti, in questo periodo, a catalizzare l'interesse dei lettori, anche perché si tratta del segmento di mercato più coperto attualmente dagli e-book. Dagli Stati Uniti proprio in questi giorni è arrivata una notizia che sembra confermare la crescita invadenza degli e-book. Rispetto al 2008, secondo un'indagine della Association of American Publishers, il mercato dei tascabili in USA è sceso del 14%, perché molti preferirebbero ormai scaricare in digitale le novità, a un prezzo inferiore. E si tratta soprattutto di romanzi gialli e rosa.



■ Chi parla di rivoluzione forse esagera, almeno perché finora i rapporti di forza coi libri di carta sono rimasti uguali e, dunque, enormemente sbilanciati a favore di questi ultimi. Eppure il mercato degli e-book in lingua italiana si è ampliato a tal punto negli ultimi mesi che il 2011 sembra proprio essere l'anno che ne consacrerà definitivamente il destino, dopo una lunga gestazione.

Difficile spiegare in poche parole perché qualcosa che ancora vale meno dell'uno per cento dei libri in commercio fra il Gottardo e il Mediterraneo possa suscitare tanto interesse. La

verità è che questa piccola quota indica che presto il rapporto fra il lettore e la parola scritta cambierà fino a un punto di non ritorno, incidendo anche su quell'intimità culturale condivisa finora con la carta. E le cifre di mercati all'avanguardia come quello degli Stati Uniti – dove gli e-book rappresentano già il 10% del totale – ne offrono una conferma. A gennaio 2010, secondo i dati dell'Associazione Italiana Editori (Aie), erano in commercio 1.619 titoli digitali nella lingua di Dante, quest'estate sono arrivati intorno ai 12mila, pur contro il mezzo milione disponibile su carta. Anche sul fronte

italofono, dunque, la scelta sta diventando consapevole e carica di novità. Non importa adesso lanciarsi in profetie sulla fine della carta o sul fallimento del digitale, ciò che interessa è guardare alla dimensione di questo fenomeno.

Ci può aiutare a farlo, per esempio, Marco Ferrario, fondatore e amministratore delegato di Bookrepublic.it, uno store on-line inaugurato l'estate scorsa e diventato uno dei riferimenti nel panorama italiano: «Tutti questi anni saranno, per molte ragioni, di svolta», spiega. «Nel 2011 non abbiamo ancora un mercato di dimensioni

enormi, però bisogna considerare che ancora all'inizio del 2010 non ne esisteva nemmeno uno strutturato». Il cambio è avvenuto in un tempo breve, facendo leva sulle vendite di Natale e dopo lo sbarco dagli USA (lo scorso novembre) di un colosso come Amazon, il cui lettore Kindle spianò nel 2007 la strada all'editoria di libri digitali oltre l'Atlantico. Risultato, negli ultimi otto mesi il mercato italiano degli e-book è più che triplicato, conquistando un pubblico che non è solo di giovani adepti della tecnologia ma è soprattutto costituito da over 40.

Bookrepublic, come tutte le società che si sono affidate a un business promettente ma da consolidare, tiene monitorata l'evoluzione, seguendo i primi passi del bambino che deve crescere. «Nel luglio del 2010 – ricorda Ferrario – abbiamo iniziato con 350 titoli».

Ma l'ultimo aggiornamento di uno studio condotto insieme ad A. T. Kearney, a luglio, ha censito i quasi 12 mila libri disponibili nel nuovo formato, sti-

mato la vendita di 2.500 e-book per il primo semestre di quest'anno e previsto che le vendite in Italia diventeranno quasi un milione a fine 2011. Infatti, per allora ci si attende una disponibilità complessiva di 20 mila titoli e di un milione di e-reader. «Penso che a gennaio si supererà la fatidica soglia dell'1% del mercato», afferma il fondatore di Bookrepublic, che nota come in pochi mesi domanda e offerta si siano strutturati a tal punto da segnalare tendenze nuove: a Natale si vendevano su carta e digitale più o meno i medesimi testi, dalla primavera hanno iniziato a emergere quelli nati solo su digitale o quelli rari che, stampati, era ormai impossibile trovare nei negozi. Con grande vantaggio soprattutto delle piccole case editrici, che finora hanno più beneficiato del nuovo settore.

Quest'estate, sotto l'ombrello, in molti hanno già sfoggiato lettori digitali e tablet, al posto dei tradizionali tascabili. Chissà che quelle prossime non siano, dunque, le vacanze a più ▶



29.90

Mis. 36-41
F048.1775.7.1



39.90

Mis. 36-41
F048.1784.7.4

nice
PRICE



29.90

Mis. 36-41
F048.1775.7.2



39.90

Mis. 36-42
F051.1065.7.1

voegele-shoes.com



VÖGELE | SHOES

alto tasso di tecnologia che si siano mai viste, benché in fondo caratterizzate dagli stessi pensieri, dalle stesse parole, dagli stessi sogni.

Questo cambiamento si presenta come una combinazione differente di vecchie abitudini, si tratta solo di vedere in che tempi la novità diventerà norma. Diversi paesi come la Spagna sono al medesimo livello di sviluppo del mercato di e-book in lingua italiana, ma è appunto nel mondo anglosassone che esistono realtà vicine alla maturità: nel 2010 gli Stati Uniti avevano circa 600 mila titoli disponibili (quasi il 10% del totale dei libri in commercio) e la Gran Bretagna ne contava 400 mila (2-3%). «Io mi regolo su un gap di quattro anni rispetto agli Stati Uniti», risponde Antonio Tombolini, fondatore di Semplicissimus Book Farm, a chi gli chiede quando anche il mercato italiano raggiungerà quelle proporzioni. Semplicissimus Book Farm è un'altra società nata per vendere libri digitali on-line, oltre che e-reader, ed è uno dei termometri della realtà italiana. «Quanto sta accadendo quest'anno indica che l'e-book è qui per esserci», osserva Tombolini. «Il mercato si sta consolidando, ma perché questa crescita continui occorre superare un fattore critico determinante: il numero di titoli disponibili legalmente».

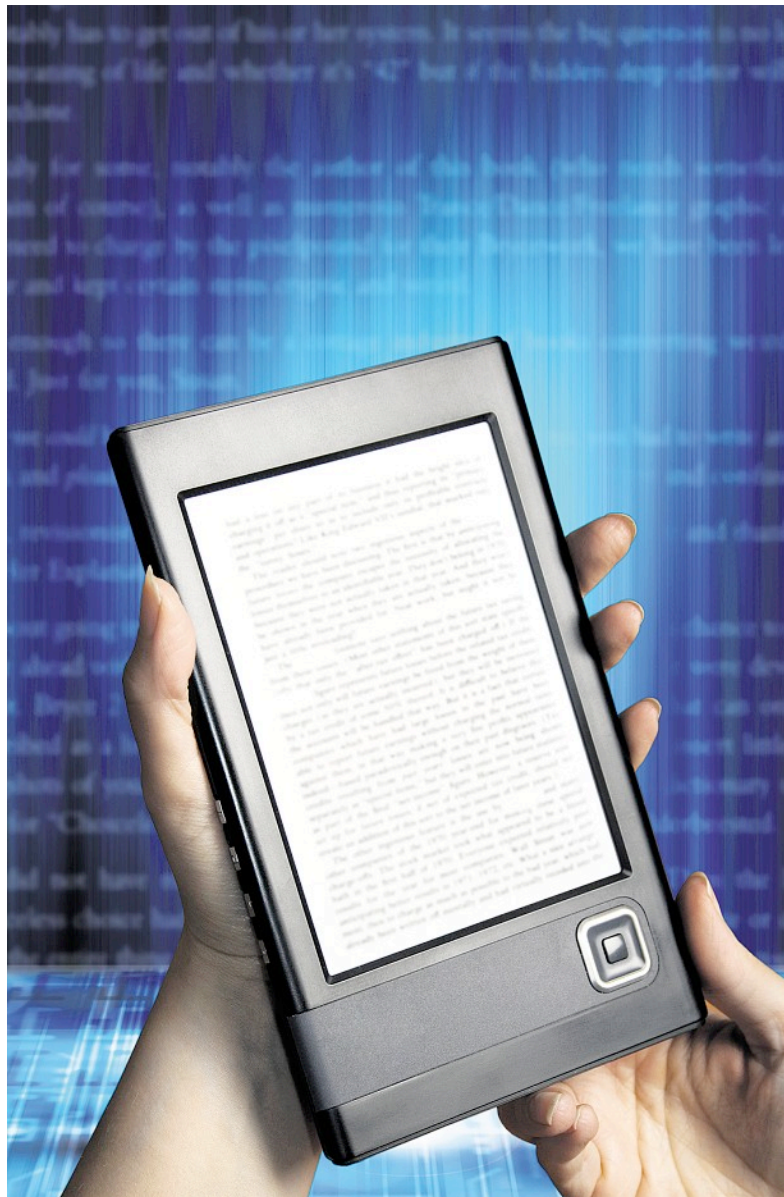
Tutti i distributori di e-book confermano questo freno all'espansione. «Serve un passaggio di attitudine mentale e culturale da parte degli editori, soprattutto i grandi», sostiene Tombolini.

ni. «Bisogna convertire l'intero catalogo, finora loro hanno pubblicato le novità, ma non con grande entusiasmo, in modo secondo me anche ostile».

Mauro Zerbini, a.d. di lbs.it, bookstore online fra i leader in Italia, assicura che «gli editori vivono questo passaggio come qualcosa di ineluttabile» e quindi faranno ogni sforzo per trarne beneficio (vedi intervista nel box sotto). Del resto, però, non bisogna dimenticare che l'esperienza della musica – il cui mercato è stato davvero rivoluzionato dall'avvento di internet, con la possibilità di scaricare e condividere i brani senza intermediazione – impone una certa cautela. «Gli editori – sintetizza Marco Ferrario – hanno capito molto bene l'importanza di questo mercato, i dati che arrivano da USA e Gran Bretagna sono messaggi chiari. Tuttavia il passaggio dalla carta al digitale è difficoltoso e dunque alla consapevolezza accompagnano anche molta prudenza e conservazione».

Se dunque rivoluzione ancora non è, la marcia degli e-book appare comunque come il futuro che si presenta alla porta, nello stesso modo in cui i tablet stanno modificando il consumo di notizie nel mondo.

Ciò non può lasciare indifferente il Canton Ticino, che in un certo senso gode del privilegio di osservare i giganti in azione. «Siamo solo all'inizio, ma sarebbe stupido non esserci», ci conferma Gabriele Capelli, presidente della Società degli editori della Svizzera Italiana (Sesi). «Credo che anche qui



L'ESPERIENZA DI IBS: «CAMBIERÀ LA GEOGRAFIA DEGLI EDITORI»

Mauro Zerbini è, sin dalla fondazione, amministratore delegato di lbs, l'Internet Bookshop che ha appena superato il milione e mezzo di clienti e che con oltre 30 milioni di pagine viste e 2,5 milioni di visitatori unici al mese è, secondo le rilevazioni di Audiweb, il più popolare sito italiano per la vendita via internet di libri e prodotti audiovisivi. Gli abbiamo chiesto qualche valutazione sulle prospettive dell'e-book.

Che segnali sta dando il mercato degli e-book italiano in questo 2011?

«C'è sicuramente una crescita continua. Ma la crescita delle vendite è sempre legata alla disponibilità di titoli, che oggi sono 12 mila contro i 500 mila complessivi del mercato italiano di libri: è ancora un assortimento piccolo, insomma. Ciononostante l'interesse verso gli e-book è grande».

Quali altri ostacoli vede nella crescita degli e-book oltre al numero limitato di titoli?

«Il prezzo, anche se si tratta di una questione che in Italia è stata risolta da pochi giorni. Il principale concorrente dell'e-book è, infatti, il libro di carta, che poteva essere venduto con sconti anche del 30%. Dal primo settembre il tetto massimo è stato invece fissato per legge al 15%, dunque adesso un e-book costa sempre meno del cartaceo».

La mentalità rallenta l'espansione rispetto ad altri mercati?

«No, perché il cliente italiano ama acquistare tecnologia».

E gli editori come stanno affrontando la novità digitale?

«In generale la vedono come qualcosa di ineluttabile e quindi stanno mettendo a disposizione tutto il loro catalogo. Però temono anche – ed è una preoccupazione giustificata – che in futuro le vendite di e-book possano ridurre i profitti, del resto l'esperienza della musica e del cinema li spaventa.

Ci sono comunque editori che invece cercano di cogliere l'occasione degli e-book per guadagnare spazio e visibilità che nel cartaceo non hanno. Penso potrà cambiare la geografia delle case editrici».

Secondo lei quando avverrà il sorpasso sulla carta?

«Non credo che ciò sia ipotizzabile per parecchi anni. Anzi non sono nemmeno sicuro che avverrà...».

Nel 1998 avete aperto il sito di lbs. Che cosa è cambiato da allora?

«Quando nel 1998 abbiamo aperto lbs nasceva l'e-commerce e sul nostro portale venne registrata la prima transazione on-line in Italia. Da allora, fra l'altro, è cambiato che il cliente italiano ha iniziato a fidarsi dell'acquisto per corrispondenza, che non era nella sua mentalità. Questo è stato un fattore fondamentale per gli sviluppi successivi».

dobbiamo considerare l'opportunità e darci da fare». Ciò che fa del Ticino una realtà di nicchia è il numero dei testi che si pubblicano ogni anno, una settantina quelli elencati da inizio 2011, di cui alla fine all'incirca dieci saranno e-book.

Eppure c'è un vantaggio che proprio questa condizione può sfruttare, perché il piccolo e il grande, il locale e il globale hanno le stesse potenzialità nel nuovo formato. «Un editore avveduto, che ha anche un po' di disponibilità economica – è, infatti, la considerazione di Capelli – si può aprire al mondo, può pubblicare contemporaneamente in italiano, tedesco, inglese o giapponese. Certo, ci sarà una spietata concorrenza, bisognerà investire tantissimo in pubblicità, ma non pianciamoci addosso». Probabilmente il trend di vendite del prossimo Natale sarà decisivo per capire da che parte incominciare.

ALESSANDRO FRANZI

(www.alessandrofranzi.com)

UN PUBBLICO DI LETTORI MATURI

Uno dei primi equivoci che possono crearsi parlando di e-book è che il lettore di libri digitali sia – mediamente – un giovane smanettone a caccia di qualsiasi novità tecnologica. Non è così. Anche se è facile pensare che i nuovi appassionati di libri cresceranno in questi anni toccando raramente un volume di carta e privilegiando i formati innovativi, ciò che emerge dalle rilevazioni a disposizione in questo momento è che quello degli e-book è un pubblico maturo e consapevole. Meglio: il lettore di e-book e il lettore forte in generale tendono oggi a sovrapporsi, confermando le abitudini ma aggiornandole con le offerte che via via si affacciano al mercato. Lo confermano i dati elaborati di recente dall'Aie, l'Associazione degli editori italiani, che ha incrociato più fonti riguardanti il mercato dei libri in lingua italiana. Per esempio, il 60% di chi legge e-book ha fra i 30 e i 59 anni, una forbice di età che rappresenta invece il 49% della clientela tradizionale nel settore. Questo e-lettore ha in media un titolo di studio più elevato, essendo laureato per il 64,8% (contro il 60,9% di

chi compra in carta), e svolge lavori qualificati. Secondo queste rilevazioni, infatti, i fruitori di libri digitali sono per il 20,6% liberi professionisti, mentre un 12,9% è rappresentato da persone occupate proprio nell'ambito dell'editoria o in attività collegate. È significativo, inoltre, che si tratti di un «acquirente con una maggiore propensione di spesa». Ciò è giustificato dal fatto che sono il 32,4% i lettori che dichiarano di acquistare fra i 12 e i 30 libri di carta all'anno, mentre la percentuale sale al 40% per quanto riguarda gli acquirenti di e-book. Medesime proporzioni per i «super-lettori» che comprano più di 30 titoli all'anno: sono il 25,8% quelli del digitale, il 18,6% quelli del cartaceo.

Insomma, dati che sono incoraggianti anche perché si riferiscono a un pubblico, quello di lingua italiana, che solitamente legge di meno rispetto a quello di altri paesi. Le rilevazioni indicano, fra l'altro, che chi compra e-book è molto flessibile nella sua scelta di acquisto. Acquista anche libri di carta. E predilige i bookstore online, pur non disdegnando una passeggiata in negozio.



contatti per il
la vostra

Lo streetstyle su due ruote lo fanno già tutti.

Cédric, monociclista & rivelluzionario

vv la diversità

edimannipolster