



Nuove mappe Da Ibs a Feltrinelli.it, le aziende più attive. Hanno venduto mezzo milione di libri virtuali in un anno. L'esperimento di Libreria Rizzoli

Ebook Digitale all'italiana, piccole Amazon crescono

I protagonisti nazionali dell'editoria elettronica cominciano a fatturare. Ma con l'arrivo di Jeff Bezos e di Apple rischiano la frenata

DI ALESSANDRA PUATO

Benedetto l'italiano. Se le neosbarcate Apple e Amazon, e quando arriverà pure Google, non fagociteranno l'industria nostrana del libro digitale, sarà merito anche della lingua, certo meno diffusa dell'inglese. Piccole Amazon crescono nel nostro Paese e, fatte le debite differenze — non vendono articoli da giardino e non fatturano 48 miliardi di dollari, come il gruppo di Jeff Bezos — è sull'eBook che si stanno concentrando.

I risultati cominciano a vedersi: 456.400 eBook in italiano venduti (cioè pagati, senza omaggi né titoli gratuiti) dalle quattro principali librerie online negli ultimi 365 giorni (dati al 25 aprile 2012), secondo i calcoli di *Corriere Economia*, su dati forniti dalle aziende (Ibs, BookRepublic, Bol.it, Feltrinelli.it). Non è zero, se si considera che sono tutti libri pagati (circa 5-6 euro il prezzo medio ora, contro i 7-8 di un anno fa, dice BookRepublic) e che i titoli disponibili sono meno di 30 mila (sui 400 mila del cartaceo). La speranza è che gli italiani editori-venditori-distributori escano senza ammacchi dal confronto con i due big americani che, approdati a inizio anno (Amazon dal 25 aprile vende Harry Potter in italiano, ha appena lanciato il lettore Kindle Touch, vedi a pagina 30), avranno entro dicembre, stimano gli osservatori, una quota di mercato almeno del 50%.

«L'arrivo di Amazon e Apple indubbiamente può ridurre lo spazio, si è già visto nei primi mesi dell'anno — dice Dario Giambelli, amministratore delegato di Feltrinelli, che l'anno scorso con gli eBook ha fatturato 700 mila euro (sui 335 milioni dell'intera divisione libri) e quest'anno punta a triplicare —. Sono entrati e si sente, cresceranno». «Ma il loro ingresso ha messo il turbo al mercato, quindi ben venga una riduzione della nostra quota», dice Gianluca Andena, socio al 27,6% di BookRepublic scesa, con Amazon e Apple, dal 15 al 9% del mercato. Certo, il confronto sarà doloroso, se non altro perché nessuno offre anche il lettore di eBook, al contrario di Apple (iPad) e Amazon (Kindle).

Sulle «Amazon italiane» e sugli eBook mancano dati ufficiali e c'è ancora confusione. Proviamo a codificare, con un'avvertenza: le quote di mercato sono stime incrociate e le vendite sono fornite dagli interessati.

Le cifre

Sono cinque (vedi grafico) i grandi protagonisti dell'eBook all'italiana: Ibs, Feltrinelli.it, Bol.it, BookRepublic ed Edigita. Le prime tre sono librerie online pure (vendono anche film e musica), la quarta è una libreria-distributrice (vende i file alle librerie), Edigita fa caso a sé come distributore puro (non ha sito web). La Ibs guidata da Mauro Zerbini, che il 17 aprile anche per contrastare Amazon si è fusa con i negozi Melbookstore, è del gruppo Giunti & Messaggerie: quota di mercato stimata (pre sbarco di Apple e Amazon) intorno al 20%, 29 mila eBook offerti e 200 mila venduti nell'ultimo anno. La Feltrinelli.it ha circa il 18%: 16 mila titoli e 120 mila libri elettronici venduti. Infine, la Bol.it di Mondadori — dove dal 2 maggio arriverà da Feltrinelli Fernando Mantovani, neodirettore ecom-



merce di Mondadori Direct — dichiara 26.500 titoli e 46.400 eBook venduti. La quota di mercato è inferiore alle altre due.

L'ibrido, la libreria-distributrice BookRepublic, è l'indipendente. Fondata da Marco Ferrario, ex Mondadori e Sperling & Kupfer, e Marco Ghezzi, ex Apogeo, offre 22 mila titoli e dichiara di avere venduto 90 mila eBook in 365 giorni. «Vogliamo arrivare ai 130 mila titoli scaricati quest'anno, +140% sui primi tre mesi 2011, e a 800 mila euro di fatturato, +90% — dice Ferrario —. Il pareggio sarà nel 2015 con 500 mila eBook venduti». Al Salone del libro, la prossima settimana,

presenteranno un'applicazione che sincronizza audio e testo del libro: «Determinante», dicono. Quanto all'Edigita di Renato Salvetti, ha una quota stimata intorno al 15% ed è la piattaforma di distribuzione di Rcs Libri, Feltrinelli e Messaggerie: «Un semplificatore, tratta con 65 case editrici e 22 negozi online, anche con Amazon e Apple per i piccoli editori — dice il presidente Stefano Mauri, amministratore delegato di Gems (Garzanti, Longanesi,

Amazon lancia in Italia il Kindle Touch Sull'argomento, articolo a pagina 30, con la prova del lettore per eBook e il confronto con il rivale prodotto da Apple, il nuovo iPad.

Guanda, Salani e altri sei marchi) —. Prende i file dagli editori e li gestisce». Dichiara 12 mila titoli e 320 mila eBook venduti. «Nel primo trimestre abbiamo quadruplicato il fatturato — dice Salvetti —. Ma ogni due mesi dobbiamo rifocalizzarci: le tecnologie cambiano in fretta.

«Esperimento interessante» è poi, dice Salvetti, quello di LibreriaRizzoli.it, che distribuisce in esclusiva la versione online degli allegati al *Corriere della Sera*.

«Cresce più del mercato», conferma l'amministratore delegato di Rcs Libri Alessandro Bompieri. E gli allegati fanno da traino.

Le due strade

Le «Amazon italiane» si dividono una torta che quest'anno per gli eBook può toccare, stima Mauri, i 15-20 milioni di euro, il triplo del 2011; e arrivare a 150 nel 2015: il 10-15% dell'intero mercato libri. Il problema resta non i margini. Il ritorno sui ricavi netti è stato nel 2011 intorno al 24%, lo stesso del libro di carta, nota Mauri: ma il prezzo è più basso. Una strada di crescita è portare l'eBook nelle biblioteche

e nelle librerie fisiche (lo fa Edigita). Ma la vera differenza potranno farla i piccoli editori: «Devono arrivare loro per allargare il mercato», dice Giambelli. Sempre che reggano la guerra dei prezzi, che con Amazon e Apple si farà spietata. «Noi editori della carta è come se fossimo quelli che hanno sempre venduto bibite, e di colpo qualcuno inventa l'acqua di rubinetto — dice Mauri —. Con Internet aumenta il numero delle persone che bevono». La speranza è che qualcuno voglia la Fanta all'italiana. E che arrivi presto il «foglio flessibile» per leggere gli eBook.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I fuoriusciti del private equity

Andena e gli ex rivali nel club delle start up

Ieri finanza d'assalto, oggi pazienti investitori in contanti, a sostegno della crescita? Cominciano a diventare tanti gli uomini d'oro del private equity che lasciano i fondi e si mettono in proprio. Ora gli ex rivali si stanno riunendo per valutare insieme investimenti nelle start-up, le nuove imprese, dall'editoria elettronica all'energia. Invece del fondo, l'ultima formula è il club.

Gianluca Andena e Guido Paolo Gamucci erano il coamministratore delegato e il fondatore di Permira, il fondo che rilevò Valentino a 2,7 miliardi con leva finanziaria (cioè debito) di sette volte il margine lordo. Ora il primo è socio al 26,5%, con la sua Andena Holding, di DigitPub che controlla

BookRepublic (vedi articolo sopra), insieme all'altro ex Permira Guido Carissimo (seguiva Caravan International) e all'ex Aletti Private equity Marco Pittini.

Il secondo, Gamucci — si scopre leggendo gli atti depositati in Camera di Commercio — si è appena unito a loro nell'affare del mini eolico: è entrato il 28 marzo, con il 27,5%, in 200Kw, una società nata un anno fa per costruire «non invasivi campi eolici — sottolinea Andena —, bensì torri singole che producano energia fino a 200 kw di potenza». Allo studio ci sono installazioni in Puglia, Basilicata, Sicilia.

Della stessa 200Kw srl — dove Andena, dopo l'ingresso di Gamucci, ha diluito la propria quota

al 10,15% e il 7,25% è dell'amministratore delegato Vincenzo Massaro — presidente e socio è anche Carissimo, sia direttamente al 15,95%, sia attraverso Vela Imprese: società della quale ha il 49,5% e Pittini un altro 49,5%.

Lo stesso Gamucci sarebbe in-



Ex Permira Gianluca Andena, azionista di BookRepublic

teressato poi anche a entrare in DigitPub (quindi, anche in BookRepublic che vende e distribuisce libri elettronici). E starebbe guardando altri dossier con il profilo Andena, che con l'omonima holding costituita due anni fa ha investito anche in Klikkapromo (24%), portale di confronto degli sconti al supermarket (al fianco di Alessandro Fracassi, amministratore delegato della quotata MutuiOnline); e in CubeYou (25%), che insegna alle aziende (come Natuzzi e Amadori) a comunicare usando i profili di Facebook per clienti attuali e potenziali.

Sono tutte start-up. «Operazioni diverse da prima, con capitale, senza debito», dice Andena, e intorno al suo tavolo si stanno radunando altri: Stefano Miccinelli, ex amministratore delegato di Investitori Associati; Luigi Lanari, che ha appena lasciato il vertice di

Cvc Italia; Francesco Conte, ex Bc Partners.

«Delle start up non parlava più nessuno da due anni — dice Andena —. Ho cominciato a occuparmene perché ho visto che in Italia c'erano tante buone idee, ma pochissimi disposti a rischiare il capitale, finanziandole. Ora la questione sta diventando d'attualità». Il riferimento è alla task force sulle start up innovative costituita da Corrado Passera, ministro dello Sviluppo, e annunciata il 13 aprile. «È bello incontrarsi fra ex concorrenti, condividendo l'interesse nelle start up — dice l'ex amministratore delegato di Permira —. Frammentiamo il rischio e investiamo insieme, come in un club». Il club delle start up. Finché il business promette. Se l'alleanza dura.

A. PU.

© RIPRODUZIONE RISERVATA