

E-book, il mercato decolla sulle ali del Tablet e fa nascere nuovi editori

LA SVOLTA INASPETTATA È AVVENUTA A NATALE, TRAINATA DALL'APERTURA DEGLI STORE ITALIANI DI AMAZON E IBOOKS CHE HANNO REALIZZATO VENDITE RECORD SPINGENDO IN ALTO IL SETTORE DEI LIBRI ELETTRONICI: NEI PROSSIMI CINQUE ANNI È PREVISTA UNA VERA IMPENNATA

Paola Jadeluca

Roma

«Abbiamo bruciato le tappe. Siamo partiti subito con cinque categorie merceologiche, contro le due del sito francese, e in meno di un anno abbiamo aggiunto anche Kindle e gli e-book». Martin Angioni, country manager Amazon Italia ha festeggiato la fine dell'anno con risultati record. La libreria online ha aperto in Italia poco più di dodici mesi fa e lo scorso ottobre è sbarcata sul mercato italiano anche iBooks di Apple. I due big di Internet hanno fatto decollare le vendite, scavalcato la regina del mercato Ibs, e rivoluzionato in poco tempo tutto il mercato. Non solo quello commerciale. Col loro arrivo, infatti, è esploso il mercato degli e-book che, pur rappresentando una quota marginale del mercato, ha segnato la svolta. A dicembre del 2010 l'editoria elettronica costituiva lo 0,5% di quota su tutti i libri venduti secondo i dati Aie, associazione italiana editori. Ma nel giro di cinque anni dovrebbe salire al 7% secondo un'indagine presentata da A.T. Kearney a Milano, la scorsa settimana, realizzata insieme a Marco Ferrario, Ceo e co-fondatore di BookRepublic realtà imprenditoriale innovativa che oltre alla libreria online è tra i principali distributori di e-book.

Il nostro paese è lontano dal 20% di mercato raggiunto dagli e-book in Nord

America, che mette in moto due miliardi di dollari di fatturato sui 2,4 miliardi del fatturato globale dell'editoria digitale. Ma gli esperti riuniti a Milano sono pronti a scommettere che il gap sarà presto superato.

«L'argine è ormai rotto e nel 2012 il mercato diventerà quattro volte quello attuale», afferma Antonio Tombolini, fondatore e amministratore delegato di Semplicissimus Book Farm, nata nel 2006, che controlla Stealth, piattaforma online che ha distribuito il 20% in valore degli e-book venduti. Un osservatorio privilegiato anche da un altro punto di vista, quello di Ultima Books, la libreria Internet nel portafoglio di Semplicissimus: «Ha avuto un'impennata di vendite decisiva a partire dal 30 settembre 2011, data in cui abbiamo pubblicato la nuova versione con gli scaffali personalizzabili», racconta Tombolini.

Piattaforme digitali, scaffali virtuali, libri senza carta. Tutta la filiera editoriale è in fermento, afferma l'Eurispes che ha diffuso i dati di una *survey* sul settore dalla quale emerge che sono in rapida crescita gli editori digitali, sia audio che video: 413 nel 2007, un numero ancora piccolo rispetto agli 8.373 editori totali censiti, ma comunque indicativo di una tendenza sempre più diffusa. Nel conto sono compresi gli editori on demand, categoria che raccoglie una nuova classe di stampatori-tipografi. Cambia il mercato, cambia il modello di business.

Ora, con la diffusione dei Tablet, la grande accelerata. Negli Usa sotto Natale sono stati venduti 40 milioni di nuovi device. L'Europa, seppure più lenta-



Martin Angioni (1) Country manager Amazon Italia
Marco Ferrario (2) fondatore BookRepublic
Jacopo De Michelis (3) Editor di Marsilio
Giacomo Brunoro (4) Direttore editoriale Le Case Italia
Marco Cassini (5) co-fondatore di "minimum fax"



mente, segue il trend. E in Italia il lancio di Kindle Fire, in primavera, farà impennare le vendite. «Il mercato è letteralmente esploso a dicembre e su 6 mila copie vendute 1.500 a fine anno e al 24 gennaio solo su Amazon.it e su iBooks abbiamo già superato quota 2.500 copie», incalza Giacomo Brunoro, direttore editoriale di Le Case Italia, una giovane casa editrice indipendente con molti titoli nelle classifiche di vendita digitali di mezzo mondo. La Case è sbarcata lo scorso anno a Padova per conquistare il nostro mercato, ritenuto altamente appetibile. Puntando in particolare su un filone, i grandi gialli irrisolti. L'e-book più venduto è stato *Amanda Knox e il delitto di Perugia*, di Jacopo Pezzan e Giacomo Brunoro, con circa 1.500 copie, di cui 1.100 in inglese. La casa ha venduto anche 10.000 audiolibri, altro fronte del business digitale, e in cima alla classifica *La storia di Buddha* di Edouard Schuré con circa 3.500 copie vendute. Titoli originali, format innovativi: è la strategia vincente degli editori del nuovo millennio.

In cima alla classifica dei libri più venduti online figurano A dicembre 2011 *il Gatto di Schroedinger* e *Sogno di un futuro di mezza estate*, due dei 40 e-

book nel catalogo di Kipple Officina Libreria, nata nel 1995 a Bologna da un'intuizione di Gianluca Cremoni. Quattro dipendenti, 1000 copie vendute: un microcosmo che però fa marciare l'economia e l'occupazione. «Fino al 2010 non arrivavamo al pareggio di bilancio per via dei costi della carta, della spedizione e distribuzione, dalla metà del 2011 dopo che abbiamo puntato sull'editoria digitale siamo in attivo», racconta Francesco Verso, direttore della collana di punta di Kiddle- Avatar - che a 34 anni,

che ha avuto l'intuizione di puntare su questo settore quando, a 34 anni e dieci spesi nell'informatica, s'è ritrovato disoccupato.

«Siamo partiti che non c'era niente, né Kindle né iPad, oggi vendiamo 200 titoli al mese in ebook, circa 350 in audiolibro e 400-450 in "app"», racconta Simone Bedetti, fondatore di Area51 Publishing. L'app è il cosmo dove tutto è possibile: videogiochi, utility, libro, strumento per creatività, fotografia. La leva che farà decollare il mercato dell'educa-

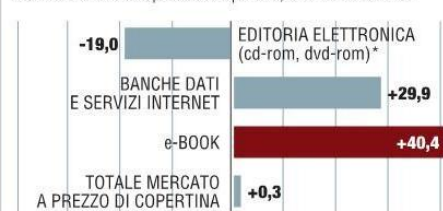
zione, anche quella scolastico. Altro nuovo fronte del business.

L'editoria di carta perde il passo. Quella digitale cresce e vede spuntare una nuova classe di editori, giovani e innovativi. Come "minimum fax" di Marco Cassini e Daniele di Gennaro, nata nel 1993 come rivista letteraria via fax, oggi un mix tra casa editrice, ma anche libreria, produzioni cine-tv, laboratorio di formazione tra le più attive sul fronte e-book. E a chi sostiene che le grandi piattaforme online come quella di Amazon danneggiano i piccoli editori e le librerie indipendenti, Maurizio Angioni ribatte con i dati: «Il 90% delle nostre vendite di libri è fatta di titoli di cui vendiamo meno di venti copie. Ciò vuol dire che su Amazon non si acquistano tanto i best seller, quanto piuttosto i titoli che non si trovano altrove. In Italia ci sono 5 o 6 milioni di forti lettori, ma la stragrande maggioranza della popolazione non compra libri. Bisognerebbe occuparsi dei 55 milioni di italiani che non leggono e portarli nelle librerie».

Parole che ricordano quelle di Michael O'Leary, Ceo di Ryanair: «Facciamo volare chi no ha mai volato». All'inizio aveva ragione. Ma poi, col tempo, il modello di business low cost ha imposto un cambio di rotta a tutto il mercato. Lo stesso avviene nell'editoria. Sono ancora molti gli editori tradizionali che controvoglia pubblicano e-book. Ma i più intraprendenti sono già saliti sul treno del nuovo business. Newton Compton; Marsilio, che anche dopo l'acquisizione da parte della Rizzoli-Rcs ha mantenuto la sua autonomia; Feltrinelli, che con il suo store online ha in corso un testa a testa con Ibs e sta sperimentando un'integrazione hardware-ebookstore con l'e-book reader della francese Bookeen. Ibs, che sotto Natale ha perso il primato delle vendite, non resta a guardare: ha lanciato un suo lettore elettronico.

IL MERCATO DIGITALE IN ITALIA

Mercato editoriale a prezzi di copertina; var. % 2010-2007



(*) Comprende una serie di prodotti e servizi in cui carta e digitale (cd rom allegati, abbonamento a newsletter, ecc.), carta, digitale e servizi (formazione e per ufficio) si integrano tra di loro

Fonte: Aie

L'ANDAMENTO DELLE LIBRERIE ONLINE

Valori in milioni di euro



Fonte: Aie

**[IL CASO]****La frontiera del self-publishing
Penguin in Usa cavalca il business**

Il self-publishing, la pubblicazione a spese dell'autore, è il nuovo trend della Rete. Si stima che a causa di questo fenomeno gli editori americani perdano tra i 70 e i 100 milioni l'anno. Ma è la nuova frontiera. E chi ha senso del business ha già fatto il primo passo. Molly Barton, direttore dello sviluppo della Penguin, una delle più prestigiose case editrici statunitensi, ha annunciato che lancerà una piattaforma per il self-publishing: chi vuole potrà pubblicare qui il proprio libro, previa una semplice supervisione dell'editore. Un libro autoprodotta ma col marchio Penguin.

(p.jad.)

