

CHE LEGGERE

Il distributore digitale: BOOKREPUBLIC

Il cambiamento in atto è radicale e agisce su tre livelli: nella creazione dei contenuti e nell'esperienza dei lettori, sulla filiera, sui modelli di business. Il successo di Kindle e poi di iPad è stato il fattore decisivo, insieme alla crescente disponibilità di contenuti, ed è stata questa la chiave di volta per la partenza di un mercato editoriale digitale in Italia nel secondo semestre 2010. **Deve ancora innestarsi il circolo virtuoso** dei nuovi "oggetti" digitali – libro o app che sia – in modo che riescano a unire più linguaggi in un unico contesto, riuscendo a dare al lettore



Marco Ferrario, A.D. BookRepublic

un'esperienza più appagante rispetto alla carta. In questo momento l'e-book è l'esatta versione digitale del libro cartaceo e non sfrutta le specificità del nuovo contesto. Ma **il futuro sarà disegnato dallo sforzo creativo** degli autori nello sperimentare il digitale, oltre che dai miglioramenti di hardware e software. La filiera si accorcia: il digitale ha reso più concreto un contatto diretto (anche commerciale) tra autore e lettore, costringendo gli attori intermedi a ripensare il proprio ruolo. Infine, i modelli di business stanno cambiando. Nell'era digitale **il prezzo di un libro deve**

camminare in equilibrio tra domanda e offerta, ponendo attenzione a quella "percezione del valore" che il lettore attribuisce al prodotto. Tanto più questa forbice si allarga, tanto più ne approfitta la pirateria. L'editoria sta cambiando, ma fare l'editore rimane uno dei mestieri più belli del mondo: aiutarli a competere in questo nuovo scenario e dare ai lettori un'offerta completa e "dentro" alle dinamiche sociali della Rete, è la doppia vocazione di Bookrepublic.

“Il prezzo di un libro digitale dev'essere in equilibrio tra domanda e offerta, o fa il gioco della pirateria”