

LE TENDENZE DEL MERCATO ITALIANO

5.900 I TITOLI DISPONIBILI in lingua italiana

Secondo l'Aie sono oggi 5.900 i titoli e-book in italiano disponibili (esclusi articoli di riviste scientifiche), e coprono l'1,5% dei titoli commercialmente vivi. Per un confronto, a gennaio 2010, erano 1.619, lo 0,4%

0,1% IL VALORE DI MERCATO Acquirenti nel 2010: 665mila

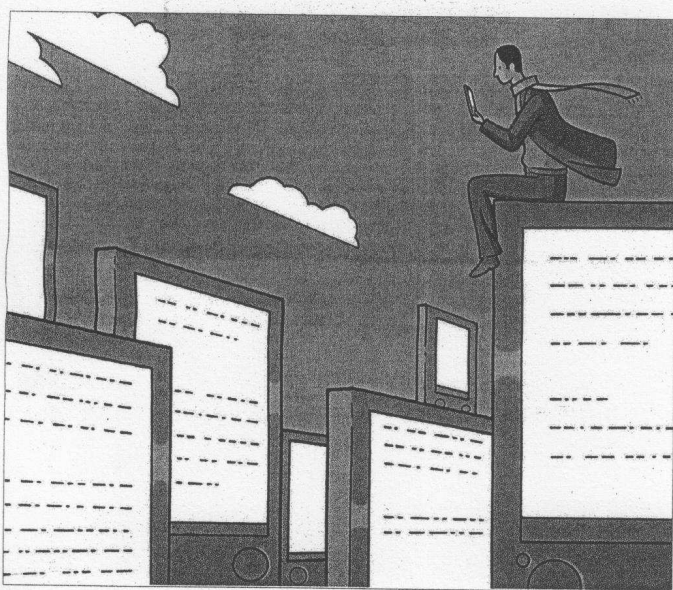
Oggi l'e-book vale in Italia lo 0,1% del mercato trade (3.440.000 euro). Negli Stati Uniti le vendite degli e-book si prevede supereranno a fine anno il 9% delle vendite complessive di libri nel mercato trade

GLI SCENARI

PER GLI EDITORI È TEMPO DI RIVEDERE I RUOLI

Finora abbiamo operato solo trasferimenti digitali di ciò che è pensato per la carta. Presto «pubblicare» vorrà dire altro

di Gian Arturo Ferrari



Le rivoluzioni tecnologiche non si sa mai bene dove vadano a parare e come vadano a finire. Il pio Gutenberg pensava a diffondere la parola di Dio, quando introdusse la stampa a caratteri mobili su carta. Ma pochi decenni dopo, durante la Guerra dei contadini, i fogli volanti, *alias* volantini, con sopra stampato «Friheid» (libertà) mostravano che i rivoltosi avevano idee diverse sull'impiego della nuova tecnologia. E i medesimi rivoltosi non potevano sapere che quei volantini sarebbero poi stati visti come l'embrione del giornale.

Il vero e-book non lo si è ancora visto. Nel senso preciso che quelli che conosciamo sono piuttosto dei *books-on-e*, dei libri a stampa semplicemente trasferiti, con copertina e tutto, su supporto elettronico. E che si tratti di derivati lo dimostra in primo luogo il fatto che la pubblicazione vera sia quella fisica e in secondo luogo che il prezzo dell'e-book discenda da quello del libro di carta. Con non pochi problemi, tuttavia, anche in questa apparente semplicità di derivazione. Dalla tutela della proprietà intellettuale, di fatto impossibile, all'implicito declino della specifica struttura di vendita del libro, la libreria. Ma, nell'insieme, l'editoria classica non pare sul punto di quel catastrofico rivolgimento che molti commentatori si aspettano o, a quanto sembra, auspiciano. Il business è in salute, i buoni libri restano buoni e i cattivi restano cattivi, i bravi editori crescono e i meno bravi calano. E, soprattutto, non si registrano segni di disaffezione da parte del pubblico nei confronti del libro, a differenza di quanto accade per altri media.

La situazione è paradossale: non c'è forse mai stata una rivoluzione tecnologica così dibattuta, analizzata, parlata prima che si verificasse. Ma non bisogna farsi trarre in inganno. Il moltiplicarsi di chiacchiere non deve indurci a credere che questa sia una bolla mediatica e che i libri, come li conosciamo, siano eterni. Non sono eterni, e i nostri, quelli a stampa hanno cinquecento anni. Il meccanismo che li ha creati è fondato su due elementi: sull'idea del pubblicare, del rendere pubblico, e sull'attribuzione di un valore venale a ciò che nei libri è contenuto. Ora, il nocciolo della rivoluzione che abbiamo di fronte è precisamente questo, l'idea che si possa pubblicare, rendere pubblico, senza costi e la modalità concreta per farlo. Astrattamente parlando basta questo semplice dispositivo per far saltare l'edificio dell'editoria classica, le nozioni di proprietà intellettuale e quindi di autore, di opera stabilita una volta per tutte, di editore inteso come colui che rischia il proprio denaro per rendere pubblico, per pubblicare, qualcosa scritto da altri. Certo, possiamo pensare che agli editori del futuro spetti il compito di inventare nuovi generi, nuove forme. Ma perché proprio agli editori? Ma perché solo agli editori? E forse per destreggiarsi nel caos primigenio di tutto ciò che verrà reso pubblico, pubblicato, occorrerà una funzione selettiva, evidenziatrice, insomma editoriale. Ma basterà questo a far sopravvivere l'editoria?

Accontentiamoci oggi di poter guardare a un orizzonte lontano dall'interno di una fortezza ancora assai solida. Poi, domani...

Gian Arturo Ferrari è presidente del Centro per il libro e la lettura

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I protagonisti italiani, le loro scelte, le loro filosofie

Un'offerta diversa, come fanno le pay tv

di Riccardo Cavallero
Mondadori

Se mi si passa la battuta, l'e-book è una cosa vecchia. Oggi stiamo parlando di prezzi, di formati, di tecnologie, ma l'evoluzione vera dell'e-book, già dal prossimo anno, sarà di un altro tipo. Ci sarà una rivoluzione nei "metodi di consultazione". E l'editore diventerà una sorta di bibliotecario, gestendo sempre i contenuti, ma dando accesso agli stessi in modo diverso. Nel mondo cartaceo si fa il prezzo di copertina per singolo contenuto, nel digitale l'accesso ai contenuti si farà per tipologie. Immagino una sorta di abbonamento con quota associativa, con selezione da una vasta offerta proposta dall'editore, come fanno le pay-tv. L'evoluzione del mercato editoriale sarà in questa direzione e noi ci stiamo preparando. Per questo, le sfide più interessanti per l'editoria nei prossimi anni, saranno connesse alla ridefinizione delle royalty. Oggi siamo legati a una struttura giuridica dei contratti sul libro vecchia e superata e dovremo abbandonarla. Ci metteremo 20 anni, ma la strada è questa. Si tratta di un'enorme rivoluzione, più importante dell'invenzione della stampa. L'editore perderà un po' di potere ma il rischio oggi è di non essere pronti per lo tsunami in arrivo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Basta imitare il libro cartaceo

di Alessandro Bompieri
Rcs

La funzione primaria dell'editore non è mai stata la fabbricazione dei libri, ma indurre i lettori a leggerli. Credo che, a prescindere dalle tecnologie innovative utilizzate, quel che conta sia la qualità di ciò che si pubblica, e chi da sempre investe nei contenuti abbia il dovere di continuare a garantire la qualità anche sulla rete. Tuttavia i contenuti di pregio continueranno a essere necessari ma non saranno più sufficienti. L'altro aspetto chiave saranno i servizi offerti. Dovremo essere in grado di superare il paradigma del libro digitale come replica di quello cartaceo: certi e-book possono diventare opere editoriali multimediali, come abbiamo già dimostrato col successo nella versione App per i-pad de *La pancia degli Italiani* di Beppe Severgnini. Inoltre nel futuro si prospettano nuovi modelli di fruizione, caratteristici del mondo digitale, come il *try and buy*, la consultazione di un e-book a tempo, oppure le formule di abbonamento su tematiche di interesse specifico dei lettori. Gli e-book costituiscono un'opportunità unica per l'ulteriore diffusione del patrimonio culturale degli editori non solo alle nuove generazioni - i digital native - ma anche a tutti coloro che sono nati con il libro di carta e che hanno voluto accogliere le ondate di innovazione dell'era digitale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Iva e copyright, aspetti da migliorare

di Stefano Mauri
Gems - Edigita

Nel 2000 Jeff Bezos mi disse che non credeva nell'e-book e specificò che King, che aveva venduto un romanzo in forma di file, lo avrebbe venduto anche se fosse stato scritto su una banana. Bill Gates profetizzò che nel 2007 i libri di carta sarebbero scomparsi. Oggi l'e-book ha raggiunto l'8% del mercato Usa (soprattutto grazie a Bezos). Per gli editori italiani è il segnale di partenza. Abbiamo festeggiato qualche giorno fa le prime 10 mila copie vendute da Edigita in poche settimane. Nessuno può predire il futuro. Siamo ancora allo stadio embrionale. Il cambiamento è continuo. Si può preferire il libro di carta però si può anche avere su ipad, iphone, pc o e-reader gran parte delle novità dei bestseller e dei classici. Un modo in più di avvicinare autori e lettori. Gli editori italiani pagano un'Iva più alta delle multinazionali americane e cinque volte più del libro di carta. Ci si aspetta che l'Unione europea provveda, i consumatori vogliono prezzi più bassi. Il 70% del copyright librario che conta nel mondo è in mano a multinazionali europee. Difendiamolo e promuoviamolo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Superate le vecchie logiche distributive

di Luca Formenton
Il Saggiatore - Bookrepublic

Siamo entrati nel mercato degli e-book subito, sulla piattaforma di Bookrepublic, per due ragioni fondamentali. Primo: la transizione al digitale non è facoltativa. Non si può "scegliere" se aderire o meno a questo formato. Dal punto di vista storico culturale l'invenzione dell'e-book è paragonabile a quella della stampa. Ed è la prima volta che il contenuto si separa dal supporto, che era la caratteristica principale del libro cartaceo, diventando fruibile in modi diversi. Secondo: in un paese come il nostro, l'e-book permette di superare l'ingolfamento distributivo di un mercato che vede grandi editori controllare anche la distribuzione. Le piattaforme digitali, e mi riferisco in particolare a Bookrepublic, garantiscono visibilità anche agli editori indipendenti, i cui titoli non sempre sono reperibili sugli «spazi novità» delle librerie. Aggiungo che, nonostante tutto, escludo la scomparsa del libro cartaceo. Sopravviverà però chi investirà in termini di qualità dei contenuti e dei materiali (carta, rilegatura, cover design): un mercato, magari più ridotto dell'attuale, che sarà riservato a tutti quelli che amano la fisicità e il piacere del testo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA