

Il mercato dell'e-book: lettori e editori a confronto

2/3

di Francesca Cosi e Alessandra Repossi

Continua l'inchiesta sull'e-book in Italia: dopo aver visto che cos'è e come funziona il libro digitale, in questo articolo ci soffermiamo sul mercato italiano, analizzando la situazione sia dal punto di vista dei lettori sia da quello degli editori.

Chi legge gli e-book?

Stando ai dati diffusi dall'Associazione Italiana Editori nel dicembre 2010, gli italiani che nel corso dell'anno passato hanno acquistato almeno un e-book sono stati 665.000, ossia l'1,3% della popolazione. Il lettore tipo è un uomo laureato che ama utilizzare la tecnologia per usufruire di contenuti editoriali, musica e immagini.

C'è però una sacca molto più vasta di potenziali lettori: quelli che, senza avere ancora acquistato un e-book, hanno già sviluppato l'abitudine a leggere sugli schermi di computer, iPad e iPhone, per studio e lavoro o nel tempo libero. Si tratta di circa 2 milioni di persone, pari al 4% della popolazione italiana; la metà di questi ha dichiarato di avere già letto (ma non acquistato) almeno un e-book.

Quanti e quali titoli

Alla fine del 2010, i titoli di e-book disponibili sul mercato italiano erano circa 5.900 (ma in questi giorni di fine aprile 2011 le statistiche parlano di oltre

9.000 titoli), pari all'1,5% di quelli “commercialmente vivi” (che sono oltre 500.000).

Il lato positivo di questo dato sta nel fatto che, nel 2010, gli e-book italiani sono quadruplicati (a gennaio erano lo 0,4%) e quindi l'operazione “libro digitale” è ufficialmente partita anche in Italia; quello negativo sta nella scarsa quantità di titoli disponibili al momento, che non offre una grande possibilità di scelta ai lettori forti. Inoltre, la strategia (sostenuta ad esempio da Mondadori) che prevede di limitarsi ai titoli “commercialmente vivi” impedisce il recupero di quei titoli più vecchi o di nicchia che non si stampano più ma che, grazie all'e-book, potrebbero trovare i loro lettori e rinascere a nuova vita.

Veniamo adesso ai generi: gli e-book italiani si concentrano quasi esclusivamente sulla narrativa, con una piccola percentuale riservata alla manualistica. Tra i generi più coperti, la narrativa adulti italiana (70% dei titoli), seguita da classici (11,5%), gialli (8,4%), fantascienza e fantasy (4,1%) e narrativa rosa (3,7%).

Il mercato dell'e-book: la prospettiva statunitense

Stando sempre ai dati dell'AIE, alla fine del 2010 l'e-book in Italia copriva lo 0,1% del mercato librario, per un valore di 3.440.000 euro.

Per capire quale possa essere l'evoluzione di questo mercato, può essere utile dare un'occhiata al fronte americano, dove l'e-book è diffuso fin dal 2002. Secondo l'Association of American Publishers, negli ultimi anni l'e-book ha registrato aumenti esponenziali delle vendite, passando dai 2,1 milioni di dollari di fatturato del 2002 ai 441,3 del 2010. Il tutto tenendo conto del fatto che da aprile 2010 i prezzi imposti dai grandi gruppi editoriali per gli e-book sono stati ritoccati al rialzo, il che ha contribuito a un calo delle vendite nella

seconda metà dello scorso anno. Complessivamente, il mercato statunitense del libro digitale raggiunge il 9% delle vendite di libri (esclusi i testi universitari). Amazon, una delle principali librerie online del mondo, nel gennaio 2011 ha dichiarato di aver venduto 115 e-book per ogni 100 paperback; il numero sale a 300 per ogni 100 hardcover.

I dati americani, dunque, indicano che l'e-book è ormai ben affermato e su alcuni siti di vendita online sta addirittura superando il libro di carta.

Il mercato dell'e-book: quali prospettive per l'Italia?

Unendo i dati sui lettori e potenziali lettori italiani di e-book (vedi par. 1) a quelli relativi al successo che il libro digitale sta riscuotendo sul mercato statunitense (par. 3), si potrebbe pensare che anche nel nostro paese questo prodotto abbia buone possibilità di affermarsi.

Tuttavia, bisogna tenere presente che in Italia si legge poco, anzi, pochissimo: stando ai dati Istat del 2010, solo il 45,1% della popolazione (meno di un italiano su due) aveva letto almeno un libro nei dodici mesi precedenti, e il 10,3% degli intervistati (uno su dieci) ha dichiarato di non avere nemmeno un libro in casa.

È possibile che l'attrazione per le nuove tecnologie contribuisca a conquistare alla lettura qualche non lettore, alimentando il fenomeno e-book. Più verosimilmente, però, la diffusione del libro digitale in Italia sarà più lenta e progressiva rispetto agli Stati Uniti, e verrà trainata soprattutto dai lettori forti.

L'editoria italiana e l'e-book: cautela, molta cautela

Non sorprende quindi ciò che è emerso in varie tavole rotonde e convegni del 2010 (Salone del Libro di Torino, convegno Engaging the Reader

dell'Università Cattolica di Milano, tavola rotonda AITI sulla traduzione editoriale): gli editori stanno investendo risorse limitate nell'e-book, aspettando di capire da che parte tiri il vento prima di lanciarsi nell'impresa.

In sostanza, finora sono stati messi in commercio solo pochi titoli (vedi par. 2) che fungono da test; inoltre, il “prodotto e-book” consiste semplicemente nel Pdf precedentemente realizzato per la versione cartacea del libro (eventualmente convertito in formato ePub), con poche modifiche rispetto al volume cartaceo.

Gli e-book in circolazione, quindi, sono pochi e costituiscono semplicemente la versione digitale dei libri di carta, che non permette di sfruttare tutte le possibilità offerte dal mezzo elettronico. Nei libri digitali, infatti, sarebbe possibile inserire elementi di multimedialità, come spezzoni audio e video, o di interattività, come collegamenti a forum su Internet in cui scambiare opinioni con gli altri lettori dello stesso e-book, o ancora costruire i testi come ipertesti, dando al lettore la possibilità di seguire un link oppure un altro, come si fa sul web. L'e-book, insomma, diventerebbe un prodotto molto sofisticato e diverso rispetto a un libro di carta: un prodotto “altro”, in grado di cambiare l'esperienza della lettura per come l'abbiamo sempre conosciuta.

Tra gli editori, tuttavia, al momento prevale la cautela: finché le vendite di e-book e e-book reader non decolleranno, è difficile pensare che possano investire in un grande numero di titoli, e tantomeno in ebook multimediali e interattivi.

La questione del prezzo

Quali elementi possono contribuire a far decollare l'e-book? Della propensione alla lettura (vedi par. 4) e del numero di acquirenti reali e potenziali (par. 1)

abbiamo già parlato. Veniamo adesso al prezzo: se è considerato equo o addirittura conveniente dai lettori, è più probabile che l'e-book si diffonda rapidamente.

Per calcolare il prezzo, bisogna partire dai costi sostenuti dall'editore. Grazie all'immaterialità dell'e-book, le case editrici possono abbattere le spese per la carta, la stampa, il magazzino e la logistica. I nuovi costi legati al canale commerciale, ossia quelli sostenuti per le piattaforme di distribuzione e di vendita online, possono forse essere equiparati alla fetta che va alle librerie o ai punti vendita che commercializzano il libro di carta. Ci sono poi i costi di gestione hardware e software legati al nuovo supporto: è necessario infatti predisporre il file per lo scaricamento e la fruizione su e-book reader, pc e cellulari di nuova generazione, trasformando in altri formati il Pdf usato per la stampa su carta, e bisogna decidere se e quali strumenti di protezione antipirateria adottare (ad esempio DRM o watermark). Stando ai dati forniti da Mondadori Trade, tali costi di conversione si aggirano intorno ai 100-200 € per titolo, una cifra tutto sommato trascurabile. Complessivamente, quindi, è legittimo ipotizzare che il libro digitale costi all'editore molto meno di quello di carta.

Per quanto riguarda il prezzo di vendita finale, però, c'è un problema: l'Iva sugli e-book è del 20% in quanto prodotti informatici, mentre quella sui libri è del 4%, perciò il vantaggio di prezzo iniziale dell'e-book rispetto al cartaceo sfuma in parte per colpa di questa imposta. Sono in corso petizioni e campagne per ridurre l'Iva sugli ebook al 4%, ma per il momento la situazione è questa e il peso dell'imposta ricade sull'acquirente privato, che non può scaricare l'Iva. Qual è quindi l'attuale prezzo di vendita al pubblico dell'e-book? Vediamo qualche esempio pratico, distinguendo fra novità e libri ormai "stagionati", che

in genere hanno un prezzo inferiore: l'ultimo romanzo di Andrea Vitali, *La leggenda del morto contento*, appena uscito per Garzanti, costa 18,60 € su carta e 13,99 € su e-book, con un risparmio del 24,7% nella versione elettronica. Scegliendo un titolo di qualche anno fa, la situazione è identica: rimanendo su Andrea Vitali, il romanzo *Dopo lunga e penosa malattia* (pubblicato nel 2008, sempre da Garzanti) costa 14,60 € su carta e 10,99 € su e-book; anche in questo caso il risparmio per chi acquista l'e-book è del 24,7%. Abbiamo scelto solo un esempio tra i tanti possibili, ma i dati che si possono rilevare dai siti di vendita online sono in linea con quelli del nostro esempio: rispetto al cartaceo, l'e-book costa dal 10% al 35% in meno, a seconda dei titoli; in Gran Bretagna e Stati Uniti, invece, il risparmio è del 40-50%, con punte ancora più alte in alcuni casi.

In sostanza, quindi, a fronte di una notevole diminuzione dei costi per gli editori, il prezzo di vendita dell'e-book consente al lettore italiano un risparmio che al massimo è pari a un terzo rispetto al libro di carta. Sarà sufficiente a invogliare i potenziali acquirenti, che in molti casi hanno già investito nell'acquisto di un e-book reader (e quindi si aspettano di risparmiare sugli e-book)?

Prossimo articolo: *Che cosa cambierà per i traduttori con l'avvento dell'e-book?*