

La sfida di Messaggerie difendere i suoi tre primati nell'era del libro digitale

LA NUOVA ORGANIZZAZIONE DEL GRUPPO NUMERO UNO NELLA DISTRIBUZIONE LIBRARIA, ~ NELL'E-COMMERCE, NEGLIE-BOOKE NUMERO TRE TRA LE CASE EDITRICI MA CON UNA QUOTA DI LIBRI ELETTRONICI DOPPIA RISPETTO ALLA MEDIA

Giorgio Lonardi

Milano

Sifa presto a parlare del boom degli eBook. Perché poi bisogna fare i conti con la crisi del libro di carta. E con un mercato, quello dell'editoria libraria tradizionale, che nel 2012 ha subito un calo del 7%. E' dunque arrivato il tempo di stringere le fila cavalcando i mutamenti in corso. Ed è proprio quello che sta facendo Messaggerie Italiane, gruppo storico fondato nel lontano 1914, consolidatosi a cavallo delle due guerre grazie al sodalizio fra Umberto Mauri e Valentino Bompiani e ancora oggi controllato dagli eredi di Mauri (famiglie Mauri, Ottieri e Zanuso). Le stesse Messaggerie Italiane che, con un giro d'affari complessivo di 470 milioni di euro (dati 2011) grazie alla controllata GeMS sono il numero tre del settore con le case editrici Longanesi, Guanda, TBA, Corbaccio, Garzanti Libri, Vallardi, Nord, Salani, Ponte alle Grazie, Bollati Boringhieri, solo per citarne alcune. Ma non basta. Perché Messaggerie è il numero uno nazionale nella distribuzione indipendente di libri e nell'ingresso librario.

Ecco spiegata, dunque, la decisione di creare una "cabina di regia" per affrontare il passaggio al digitale. Una scelta che si sostanzia intanto con due "promozioni": Stefano Mauri diventa vicepresidente della holding Messaggerie Italiane con la delega per lo sviluppo strategico mentre Alberto Ottieri è co-amministratore delegato con la delega per le strategie distributive e commerciali. Entrambi mantengono le cariche precedenti che

rappresentano le due anime del gruppo: il primo rimane presidente e amministratore delegato di GeMS mentre Ottieri resta ad di Emmelibri, la subholding per la distribuzione e il commercio. Invariate anche le cariche degli altri due membri della cabina di regia e cioè il presidente Achille Mauri (zio sia di Stefano Mauri sia di Alberto Ottieri) e l'ad Alessandro Baldeschi.

Insomma, questa operazione non si limita a porre le basi per la successione di un'azienda familiare ma ha soprattutto il senso di coordinare fra loro sia le scelte in campo editoriale sia in quello distributivo facendo confluire le strategie in un disegno unitario.

Lo scopo: cogliere al volo le opportunità dischiuse dal digitale. Il ragionamento di Mauri e Ottieri è semplice: nel 2012 l'eBook ha fatto un bel salto fino a rappresentare l'1% del mercato librario: 14 milioni di euro su 1,4 miliardi. Tutti gli indicatori, però, a cominciare da quanto è successo sui mercati più sviluppati, sono concordi nell'indicare un raddoppio della quota del digitale nel 2013 fino a 28 milioni di euro quindi un secondo raddoppio nel 2014 (50-60 milioni di euro) e un exploit nel 2015 con vendite per un centinaio di milioni. E allora?

Intanto nessuno sa dire di quanto si ridurrà nei prossimi anni il mercato del libro tradizionale. Nel 2012, come ricorda lo stesso Mauri, la flessione è stata severa. E il gruppo in questo settore ha avuto risultati in linea con il mercato. Certo, poteva andare peggio,

anche perché l'anno scorso Benedetta Parodi autrice di due bestseller come "Cotto e Mangiato" e "Benvenuti nella mia cucina" (Vallardi) che hanno venduto complessivamente oltre 2 milioni di copie ha fatto le valigie per passare con Rizzoli. A mantenere la situazione sotto controllo ha contribuito il grande successo, in parte insperato, di tre libri che ha permesso alla società di migliorare le sue posizioni rispetto al budget. Si tratta de "Il seggio vacante" (Salani) di J. K.

Rowling, autrice della saga di Harry Potter, quindi "Fai bei sogni" di Massimo Gramellini, il volume più venduto del 2012 con oltre un milione di copie e infine "Storia di un gatto e del topo che diventò suo amico", (Guanda) scritto da Luis Sepulveda.

E' dunque in questa cornice che vuole muoversi Messaggerie Italiane.

A cominciare dalla necessità di disegnare una "strategia delle alleanze". Dice Stefano Mauri: "In un mercato che si contrae bisogna essere pronti alle concentrazioni. E occorre capire cosa accade dentro ai singoli comparti e ai singoli processi". Accordi in vista? Mauri smentisce: "Questo non vuol dire che ci siano trattative o negoziati. Si tratta semplicemente di comprendere dove sta andando il mercato e ragionare di conseguenza". Ed anche avere la capacità di cogliere le opportunità dove si trovano. Magari facendo leva sui punti di forza del gruppo. Incalza ancora Mauri: "Siamo sul podio come editori con GeMS, siamo sul podio come negozio di eBook con IBS, con la quale siamo anche leader nell'e-commerce del libro. E questa è una situazione unica nel panorama dell'editoria dei cinque grandi paesi occidentali".

Se ci focalizziamo sul mercato degli eBook lo scenario si fa più interessante. I vertici di Messaggerie, infatti, non paiono temere l'ingresso in forze sul mercato dei colossi internazionali del settore da Amazon a Apple e Google. "Secondo i nostri dati", osserva Alberto Ottieri, "IBS è sempre leader nell'e-commerce dei libri di carta oltre ad avere una buona posizione nel comparto del digitale dove continuiamo a crescere. Ma non basta. Perché la scelta di puntare sulla catena di librerie IBS.it, un format nuovo capace di vendere sia i libri esposti nelle librerie, sia quelli (sempre di carta) acquistabili tramite l'e-commerce si sta rivelando vincente. Anche per l'ebook i clienti apprezzano la possibilità di utilizzare la consulenza di librai esperti che, oltre a consigliare i contenuti, siano in grado di spiegare come

si scarica un libro, come si usa un e-reader e qual è la differenza fra i diversi formati del libro elettronico”.

Sempre riguardo al fenomeno eBook Stefano Mauri sottolinea come GeMS ottenga dai libri elettronici il 2% dei suoi ricavi (137 milioni nel 2012), una quota doppia alla media del mercato. “E nel 2013”, precisa, “cresceremo ancora fino a raggiungere il 4%-5%”. A spanne si tratta dunque di circa 2,5 milioni destinati a raddoppiare entro fine anno. Un buon inizio.



1



2



3

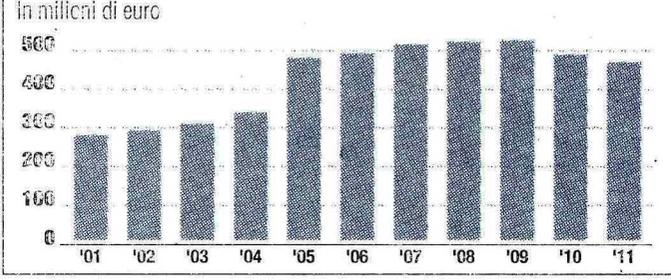


4

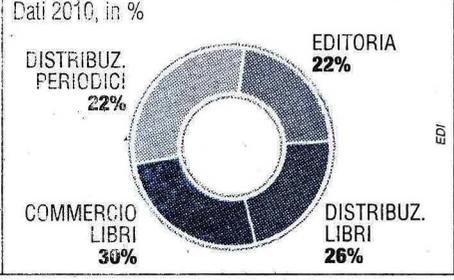
www.ecostampa.it

Qui sopra, Alberto Ottieri (1) amministratore delegato del gruppo Messaggerie Stefano Mauri (2) vicepresidente, Achille Mauri (3) presidente, Alessandro Dalveschi (4) amministratore delegato

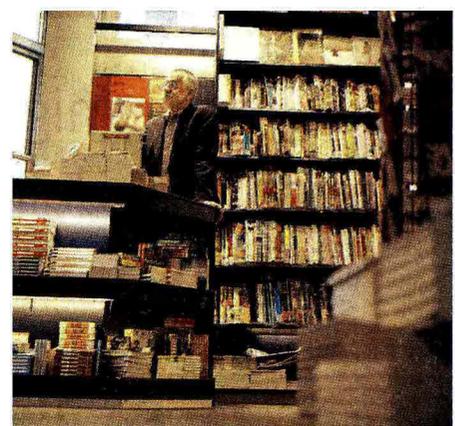
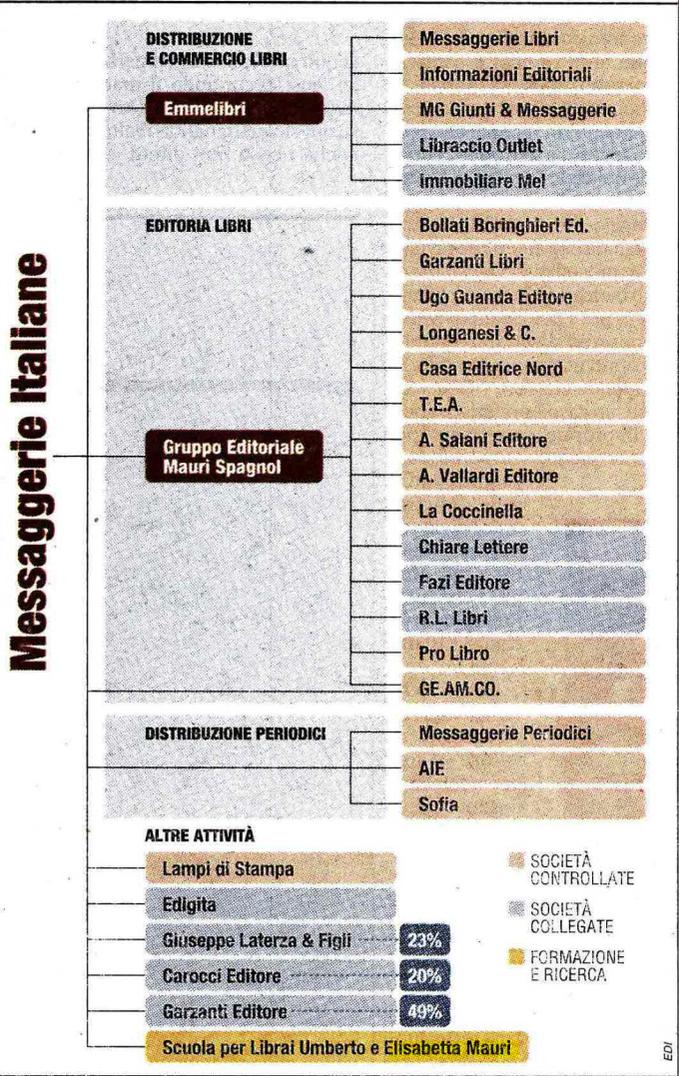
MESSAGGERIE, I RICAVI CONSOLIDATI



LE AREE DI ATTIVITÀ



LA STRUTTURA DEL GRUPPO



Il mercato dell'editoria libraria tradizionale nel 2012 ha subito un calo del 7%. Gli e-Book sono cresciuti ma valgono solo l'1% delle vendite totali

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Copie in nostro possesso di cattiva qualità
Umberto ed Elisabetta Mauri

003004