

Venerdì 29 gennaio 2010

## Catherine Cussigh

(Hachette Livre)

### Quali prospettive di mercato per il libro digitale in Francia e negli Stati Uniti.

Ho scelto questo argomento per parlare del digitale oggi perché, come sapete, il gruppo **Hachette** è presente in una ventina di paesi di tutto il mondo, Stati Uniti compresi.

Avere una posizione di forza in Europa (soprattutto in Francia e in Inghilterra), ed essere fortemente presenti nel campo della letteratura negli Stati Uniti, offre una visione internazionale molto interessante.

Le sfide che intravediamo per l'editoria digitale negli Stati Uniti, possono essere identiche per la Francia, l'Europa, e quali insegnamenti ci consentono di ricavarne?

*Nota: Questa presentazione non riguarderà la parte dell'istruzione, ma si concentrerà sulla parte commerciale (la letteratura, l'illustrazione, le edizioni per i giovani ..).*

Il digitale nel campo dell'istruzione (specialmente per quanto riguarda i libri di testo) e dei manuali professionali è soggetto ad altri fattori, e ad altre sfide, che andrebbero affrontati a parte.

### **Dimensioni attuali del mercato commerciale del libro digitale negli Stati Uniti e in Francia**

Non passa giorno senza che un consulente ci metta in allarme con cifre e previsioni del mercato del libro digitale, preconizzando la morte entro breve del libro su carta stampata. Prima, però, dobbiamo relativizzare le cifre attuali.

Il mercato statunitense dovrebbe raggiungere (soltanto per il mercato dell'e-book) la cifra di circa 150 milioni di dollari nel 2009, con un aumento del 450% in 3 anni e con previsioni nell'ordine di 250 milioni di dollari per il 2010, il che rappresenterà sempre poco (circa il due per cento) rispetto alle dimensioni (11 miliardi di dollari) del mercato editoriale statunitense (scolastico e libri professionali non compresi). Ciò nonostante, il libro digitale nel 2009 rappresenta, per un editore di letteratura di best seller come Hachette Book Group, circa il 3% del giro d'affari negli Stati Uniti. Si tratta di un volume d'affari ancora molto basso, ma che mostra una reale accelerazione delle vendite del 2009, e cifre che iniziano ad essere significative.

Se proiettiamo la stessa dimensione di crescita (quella del mercato del digitale nel 2009) su un paese come la Francia, arriviamo a un mercato di circa 2 milioni - 2.5 milioni di euro per il 2010, che è ancora lungi dall'essere essere significativo e ben al di sotto della barra dell' 1% del mercato (0,1%). Vorrei attirare la vostra attenzione su cifre che a volte vengono date di ben venti volte superiori perché, in realtà, includono le vendite di libri audio o DVD.

I livelli di vendita rimangono molto bassi. In Francia il miglior livello di vendite raggiunto per l'e-book è ancora sotto le 1.000 copie nel 2009. A titolo di esempio: l'ultimo Marc Levy ha venduto fino alla fine dello scorso dicembre 200 copie.

È ovvio che le cifre e la posta in gioco non sono le stesse per la letteratura o per altri segmenti del mercato, come il settore scientifico o quello giuridico (per i quali si annuncia un 50% del mercato in digitale da qui a cinque anni). Allo stesso modo, i numeri saranno diversi per alcuni best seller letterari, o di qualche altro genere. Tuttavia, se la crescita accelererà negli Stati Uniti, sembra abbastanza difficile che le vendite di libri in digitale possano raggiungere in Francia o in Europa un 10% del mercato nei prossimi 3 anni in Francia.

Ciò detto, anche se non credo nella morte del libro di carta, non sarebbe ragionevole pensare che il libro digitale sia un epifenomeno, e che non rappresenti, sul lungo termine, una fetta significativa del mercato del libro. È interessante vedere cosa succede negli Stati Uniti e quali fattori possono accelerare il mercato dell'e-book in Francia.

## **L'esempio degli Stati Uniti: Quali sono i fattori di accelerazione del mercato e-book?**

### **A) L'offerta proposta ai lettori: il catalogo dei titoli digitalizzati e l'attività degli editori**

Negli Stati Uniti, il catalogo degli e-book supera i 500.000 titoli (ad esclusione dei titoli digitalizzati da Google), con una quota rilevante di novità e best-seller. È interessante notare che negli Stati Uniti più della metà delle vendite di e-book in letteratura è data da novità best-seller.

A titolo di paragone, l'offerta digitale in vendita in Francia fino ad oggi è ancora troppo ridotta e scarsamente diffusa per attirare un vasto pubblico. Il numero di titoli digitalizzati e disponibili per la vendita in lingua francese è inferiore a 35.000 titoli, in Francia. Ma la stragrande maggioranza dei titoli è costituita da opere a diritto libero, o molto specializzate. Per quanto riguarda la letteratura, l'offerta si riduce a circa 7.000 titoli, tra cui un numero limitato di novità e di best-seller, la cui maggioranza è costituita da opere del gruppo Hachette.

Questa offerta riflette la possibilità e la volontà più o meno marcata degli editori di procedere nel campo del digitale.

E' ancora necessario per alcuni editori passare da un atteggiamento iniziale risolutamente scettico e conservatore nei confronti del libro digitale a un atteggiamento di sviluppo inevitabile:

Per gli editori si tratta della necessità di definire le proprie strategie digitali attraverso:

- La definizione di un catalogo digitale adattato ed esteso, nonché la creazione di un processo di digitalizzazione all'interno del ciclo di produzione
- L'adozione di una politica di acquisto dei diritti digitali. Vale la pena notare che gli editori hanno difficoltà a ottenere diritti digitali dagli autori o dagli agenti (che sono solitamente degli anglosassoni), preoccupati per il futuro del mercato e l'evoluzione dei diritti d'autore.
- Lo sviluppo di nuove attività di marketing e promozionali, e nuove organizzazioni interne
- Ma anche pensare in termini di tipo di contenuto - il libro/e-book di domani sarà semplicemente un libro su carta digitalizzato oppure sarà qualcosa di completamente diverso?

Il secondo fattore di sviluppo riguarda la diffusione degli e-book. Per il libraio si pone la questione del ruolo delle librerie tradizionali nella vendita di contenuti digitali. Le librerie tradizionali dovranno confrontarsi con i siti di e-commerce che hanno una posizione privilegiata, o con nuovi operatori in questo mercato.

E' infatti probabile che - nell'anno in corso - compaia negli Stati Uniti (come in Europa) un numero significativo di nuovi attori provenienti dal mondo della tecnologia o della telefonia. Questi nuovi partecipanti hanno un approccio alla vendita del libro radicalmente diverso da quello dei librai, poiché per loro il libro non rappresenta che un prodotto di richiamo per vendere al meglio una macchina o un servizio, e questo avrà forti ripercussioni sul nostro lavoro.

### **B) Il prezzo di vendita**

Uno dei fattori chiave dello sviluppo del mercato del libro digitale negli Stati Uniti è stato l'attacco deliberato di un grande *e-retailer*, sferrato per raggiungere una posizione di leadership assoluta in questo mercato, attraverso una politica di vendita in perdita sugli e-book.

Questo *e-retailer* ha deliberatamente creato una politica di prezzi stracciati per la vendita degli e-book, stabilendo - soprattutto - un prezzo unico per tutti i best-seller: 9,99 dollari, contro il prezzo variabile tra i 20 e i 30 dollari per l'edizione cartacea. Questa politica, pur avendo fatto salire vertiginosamente le vendite di libri elettronici, ha comportato diverse ripercussioni:

- L'istituzione di un prezzo di mercato standard degli e-book inferiore ai 10 dollari per i clienti negli Stati Uniti, vale a dire di un prezzo inferiore di oltre la metà rispetto alla versione cartacea, qualunque siano titolo, autore, impaginazione e costi effettivi .

- Uno sviluppo delle vendite degli e-book, ma a solo vantaggio di Amazon, che ora detiene l'80% delle vendite di libri digitali negli Stati Uniti
- Lo sviluppo di una guerra dei prezzi (soprattutto fra Wal-Mart e Amazon) che interessa anche il prezzo del libro cartaceo, a discapito delle piccole librerie
- Una catena del valore che è impossibile mantenere per l'autore, il libraio e l'editore, assieme al rischio di avere nel medio termine condizioni dettate da un solo partecipante in situazione di monopolio.

C'è un forte rischio che questa situazione venga replicata in Europa. Il libro digitale, fino a questo momento, non è protetto come quello su carta in alcuni paesi europei da una legge sul prezzo fisso (come la legge Lang in Francia), e l'e-book è ancora oggi spesso definito come un prodotto di servizio, quindi senza nessun divieto di vendite sottocosto.

Anche se ci sono evidenti risparmi in termini di produzione tra il libro stampato e il libro digitale (trasporti, carta, stampa e rese), la digitalizzazione, distribuzione e diffusione di contenuti richiede ancora oggi molti investimenti e costi aggiuntivi, e l'e-book non beneficia ancora nella stragrande maggioranza dei paesi di un'aliquota IVA ridotta come nel caso del libro cartaceo (per esempio, in Francia, l'aliquota è del 19,6% contro il 5,5% per il libro stampato).

Tuttavia, sembra logico pensare che per il lettore un e-book abbia un prezzo inferiore a quello del libro su carta (...almeno per la letteratura, in bianco e nero...).

La questione potrà porsi in modo diverso per l'e-book nel contesto del libro illustrato, se l'e-book fornirà un reale valore aggiunto per il lettore rispetto al libro cartaceo tramite contenuti arricchiti o interattivi. Si può anche immaginare che, in questo caso, l'e-book, fornendo un'esperienza di lettura completamente diversa, non cannibalizzerà il libro di carta, ma potrà creare nuove opportunità di lettura, aiutando a reclutare nuovi lettori e sviluppando ulteriormente il mercato.

Detto questo torniamo alla realtà odierna, per quanto riguarda i libri di letteratura attualmente digitalizzati.

Sembra ragionevole pensare che il giusto prezzo di vendita al consumatore dell'e-book dovrebbe situarsi attorno ad un 25% in rapporto al grande formato su carta.

Attualmente negli Stati Uniti ci troviamo di fronte a un livello di prezzi che per i best seller arriva addirittura a -70% rispetto al costo del libro stampato in gran formato.

Negli Stati Uniti è in corso un braccio di ferro tra Amazon e alcuni editori che, in reazione a questa politica di prezzi in perdita, si sono rifiutati di pubblicare il libro su carta in contemporanea all'uscita del libro in digitale. Questo ha portato, alla fine del 2009, a un'escalation nel prezzo di vendita sottocosto da parte di Amazon.

In Francia, tutti gli attori dell'editoria sono stati in grado di evitare questa situazione, rifiutandosi di fornire i propri files direttamente agli *e-retailer* (i files vengono inviati direttamente al compratore finale dalla piattaforma di distribuzione della casa editrice), impedendo così la scalata al prezzo di vendita. Questo è possibile perché il mercato oggi è ristretto ... ma domani?

E' ormai chiaro che la definizione di ciò che è un e-book e quale dovrebbe essere il suo prezzo di vendita sarà un elemento chiave nella definizione della catena del valore del libro digitale.

## **C / Lo sviluppo di lettori di e-book e della tecnologia e gli usi dei consumatori**

A tutt'oggi nel mondo ci sono circa 5 milioni di lettori di e-book, la maggior parte dei quali (3 milioni) negli Stati Uniti. A titolo di confronto: si stima in 15.000 il numero di e-book (soprattutto Sony, il leader del mercato) venduti ad oggi in Francia.

Nonostante i notevoli progressi compiuti, gli e-reader venduti nel 2009 sono ancora tecnologicamente poco performanti, e per lo più molto costosi. Il formato più venduto negli Stati Uniti è Kindle di Amazon, mentre in Europa è Sony che ha la maggiore quota di mercato. L'ultimo modello Sony, il PRS600, è venduto a 300 euro.

Non è quindi sorprendente che il profilo-tipo del l'acquirente di e-book nella Francia di oggi sia quello di un uomo con più di 50 anni di età, di categoria socio-professionale superiore, che legge prevalentemente in viaggio.

Ma nel corso del 2010 sono attesi numerosi modelli più performanti, con prezzi più bassi, nuove tecnologie di visualizzazione, di colore, più connettività, funzioni migliori e più contenuti.

La tendenza è anche lo sviluppo di strumenti che non siano solo dei lettori di e-book. Lo sviluppo di tecnologie smartphone (190 milioni di pezzi venduti nel mondo) con l'iPhone di Apple e delle sue applicazioni, ma anche di Android, il sistema operativo di Google, che gli esperti anticipano come il secondo sistema al mondo per la telefonia mobile nel 2012. E infine i dispositivi multifunzione, come il *tablet* di Apple, iPad, previsto per i primi mesi del 2010.

E' chiaro che i futuri sviluppi tecnologici saranno alla base della crescita del mercato degli e-book.

### **Conclusioni:**

Se il mercato del digitale in Europa non è ancora significativo, le cifre degli Stati Uniti ci indicano che il suo sviluppo accelererà nei prossimi anni, e che ci troveremo di fronte a sfide sempre più nuove.

Il digitale deve diventare un'opportunità per sviluppare gli affari delle imprese del mondo dell'editoria - ma questo mondo, per avere successo, dovrà affrontare nuove e numerose sfide.

E' impossibile per me trattare tutti gli argomenti in mezz'ora, ma vorrei accennare almeno ad alcuni di essi:

- In qualità di editori, dobbiamo sviluppare attività Web e offerte di lettura ricca e innovativa in digitale. Non possiamo voltare le spalle al digitale né alle nuove tecnologie, o lasciare ai nuovi operatori la definizione delle regole del gioco. Avere, in quanto editori, una politica per il digitale, non significa solo eseguire la scansione dei nostri contenuti in modo "industriale", ma anche sviluppare l'offerta digitale di domani, un'offerta capace di soddisfare le aspettative di lettori che saranno sempre più diversificati per età, tipo di letture, luoghi o materiali di supporto alla lettura. Ciò richiede un autentico riesame del modo di essere editore, della nostra politica editoriale e commerciale, del web marketing, della nostra organizzazione e dei nostri investimenti tecnologici nel dominio digitale.
- Dobbiamo diffondere i nostri contenuti digitali nel modo più ampio possibile, sia in termini di supporti di lettura che di circuiti distributivi, ma bisogna limitare l'abuso che ne può essere fatto. I nostri contenuti devono essere interoperabili in modo che un lettore possa leggere il suo e-book su tutti i supporti di lettura a disposizione e non, come avviene negli Stati Uniti, soltanto sul Kindle di Amazon. Dobbiamo anche diffondere i nostri contenuti nel modo più ampio possibile fra tutti gli operatori che sono disponibili a fare dell'e-book un business reale, e evitare una situazione di monopolio della diffusione di contenuti presso uno o due operatori della rete.
- Bisogna proteggere i nostri autori e il nostro capitale editoriale. E' importante che ogni editore sia attivo nell'acquisizione, tutela e la valorizzazione adeguata dei diritti digitali dei suoi autori, non

lasciando che un operatore come Google detenga il monopolio di un patrimonio culturale. Non ho toccato, per ragioni di tempo e di attualità il soggetto Google, ma non dimentichiamo che già in questo momento Google ha digitalizzato più di 10 milioni di libri in tutto il mondo, senza alcun rispetto nei nostri confronti, almeno per quanto concerne la concezione europea dei diritti d'autore.

- Dobbiamo stabilire delle solide basi per una catena del valore del digitale che apporti benefici a tutti gli attori del mondo dell'editoria, padroneggiando i nostri modelli commerciali e i nostri prezzi. Una delle sfide principali del libro digitale è quella di riuscire ad introdurre una distribuzione di valore che sia probabilmente diversa da quella dell'edizione stampata, ma che risulti equa per tutti gli attori della catena. I mesi e gli anni a venire struttureranno nuovi modelli economici, e viviamo oggi ancora in un tempo di mercato ridotto, che ci consente di evitare di prendere decisioni a troppo breve termine (o di monopolio), e di far crescere un mercato che generi valore per tutti.

Grazie per la vostra attenzione.