

L'impatto del digitale sulle industrie creative

Con:

Ferruccio de Bortoli, Giornalista, Presidente Longanesi

Irene Enriques, Direttore Generale Zanichelli

Enzo Mazza, Presidente FIMI - Federazione Industria Musicale Italiana

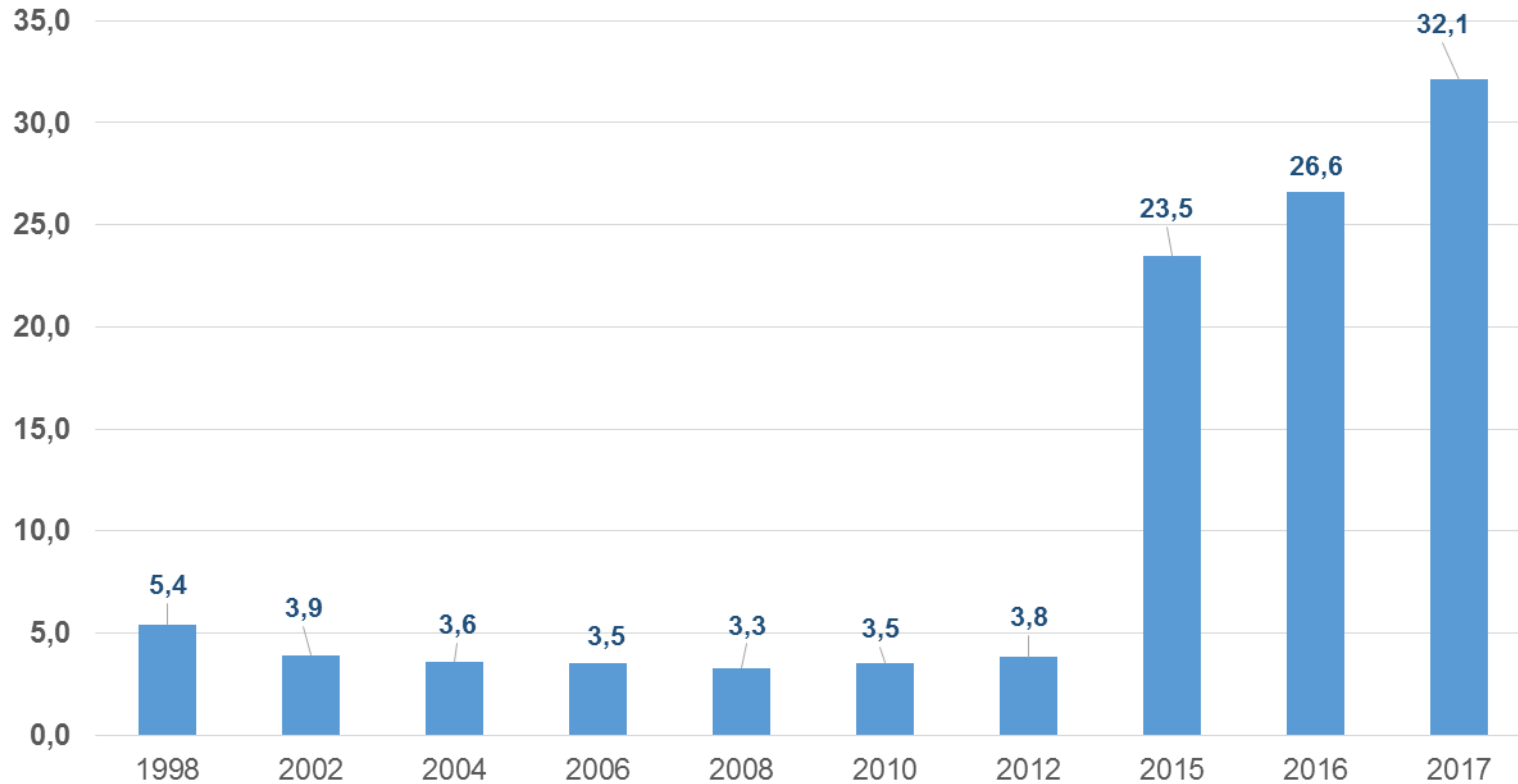
Gino Roncaglia, Professore di Informatica applicata alle discipline umanistiche

Riccardo Tozzi, Produttore, Fondatore e Presidente di Cattleya

A cura di **Alessandro Magno**, Chief Digital Officer Gruppo editoriale Mauri Spagnol

MUSICA - Il digitale ha reso gli utenti meno interessati ai contenuti musicali?

Average number of hours listened to music in the US

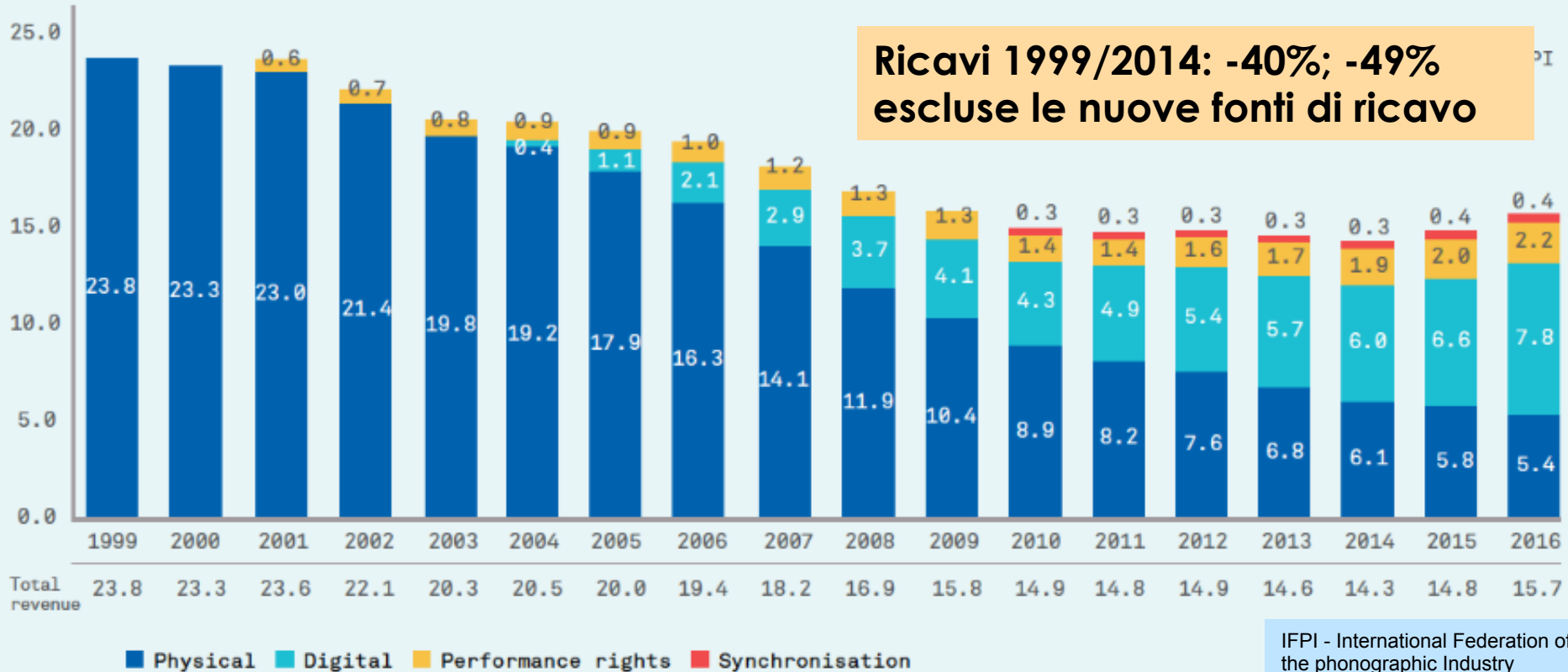


Source:

- 1998 US Census Bureau
- 2002-2012 Veronis Suhler Stevenson
- 2015 -2017 Nielsen

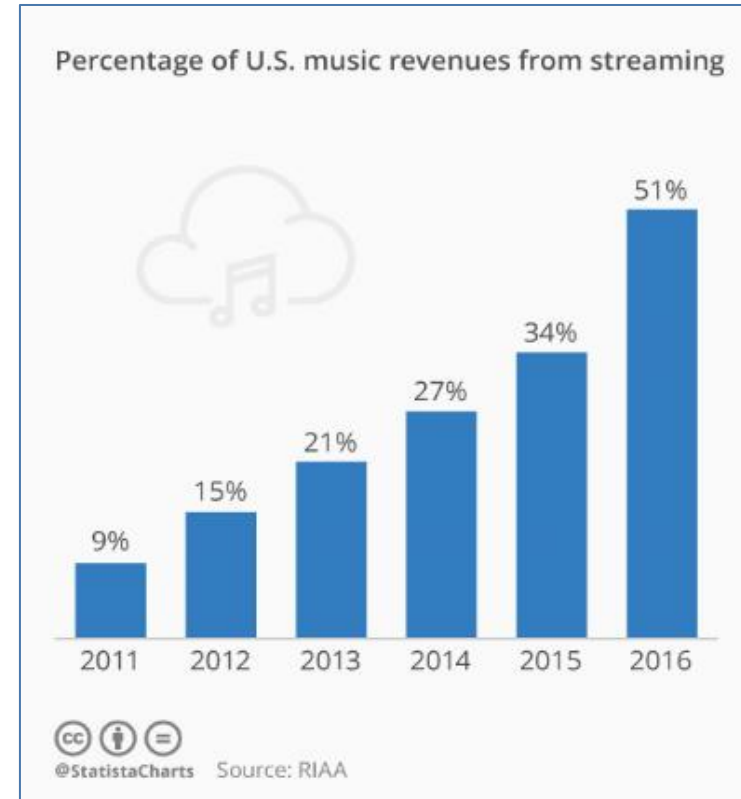
MUSICA - I ricavi sono cresciuti proporzionalmente al consumo?

GLOBAL RECORDED MUSIC INDUSTRY REVENUES 1999-2016 (US\$ BILLIONS)



MUSICA – Il crollo del fisico, la vittoria dello streaming

- **Nel 1999** i ricavi dell'industria musicale venivano tutti dal **fisico** (CD, LP, etc.).
- **Nel 2016** il 50% dei ricavi globali veniva dal digitale, il 34% dal fisico. **In US il digitale vale il 76% dei ricavi.** Il vinile è una nicchia: US: 2,5% del mercato; Italia: 9%.
- Oggi a vincere non è genericamente il **digitale** ma lo **streaming** sia video (**Youtube**), sia audio (**Spotify**, **Apple Music**, **Amazon Music**, etc.).

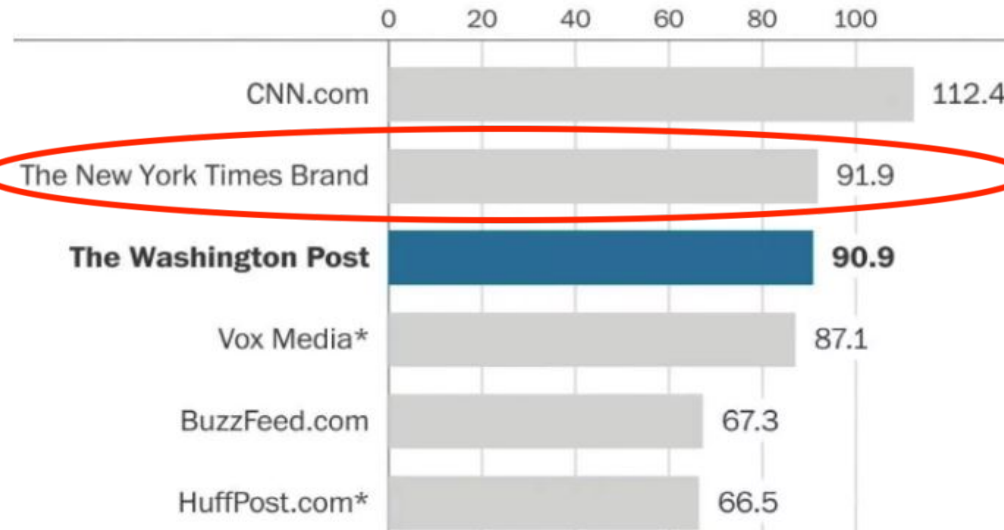


QUOTIDIANI - Il digitale ha reso gli utenti meno interessati ai contenuti di qualità dei newspapers?

Il New York Times nel 1994 aveva una distribuzione di **1,2 milioni di copie al giorno**. Nel 2016 era sceso a 570 mila copie cartacee. Oggi si aggiungono **92 milioni di visitatori mese (solo in US)** e oltre **2,5 milioni di abbonamenti digitali**

Total Digital Audience

(in millions)



Ma allora, se i quotidiani di qualità non hanno mai avuto tanti lettori, perché sono in crisi?

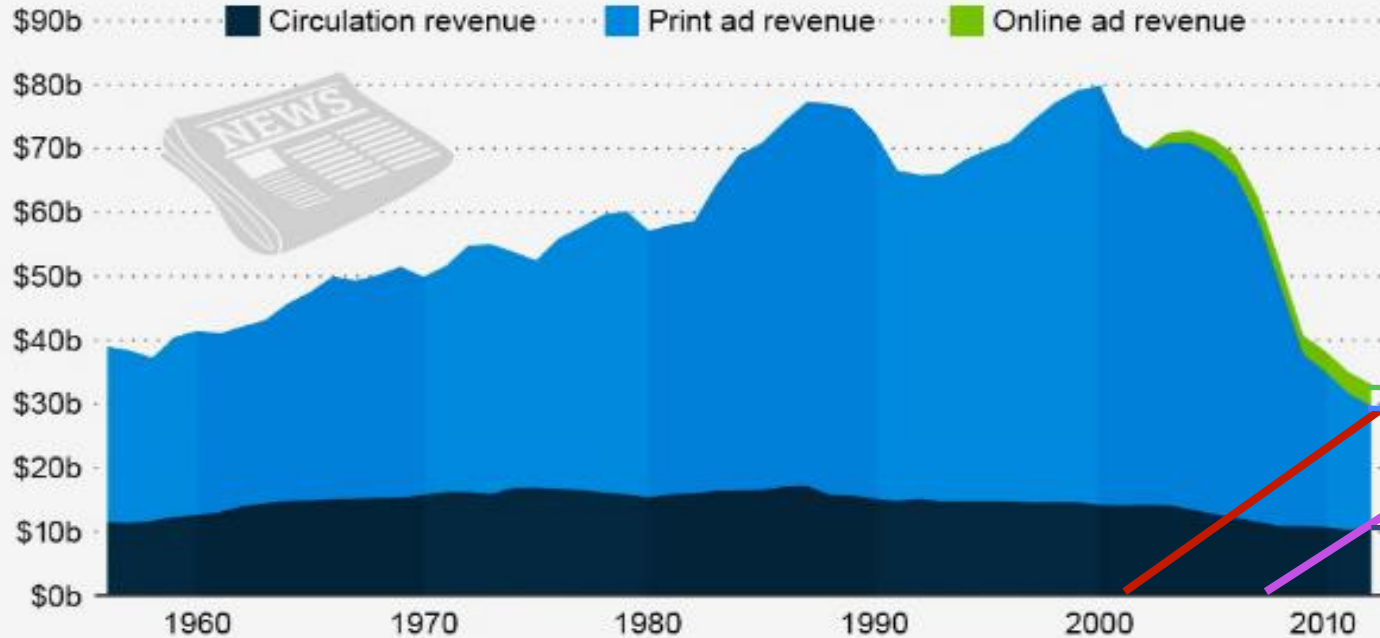
Source: comScore Multi-Platform US, January 2018

WASHINGTON POST

QUOTIDIANI - I ricavi negli Stati Uniti

U.S. Newspaper Revenues Hit 50-Year Low in 2012

U.S. newspaper revenues from 1956 to 2012 (in 2013 U.S. dollars)



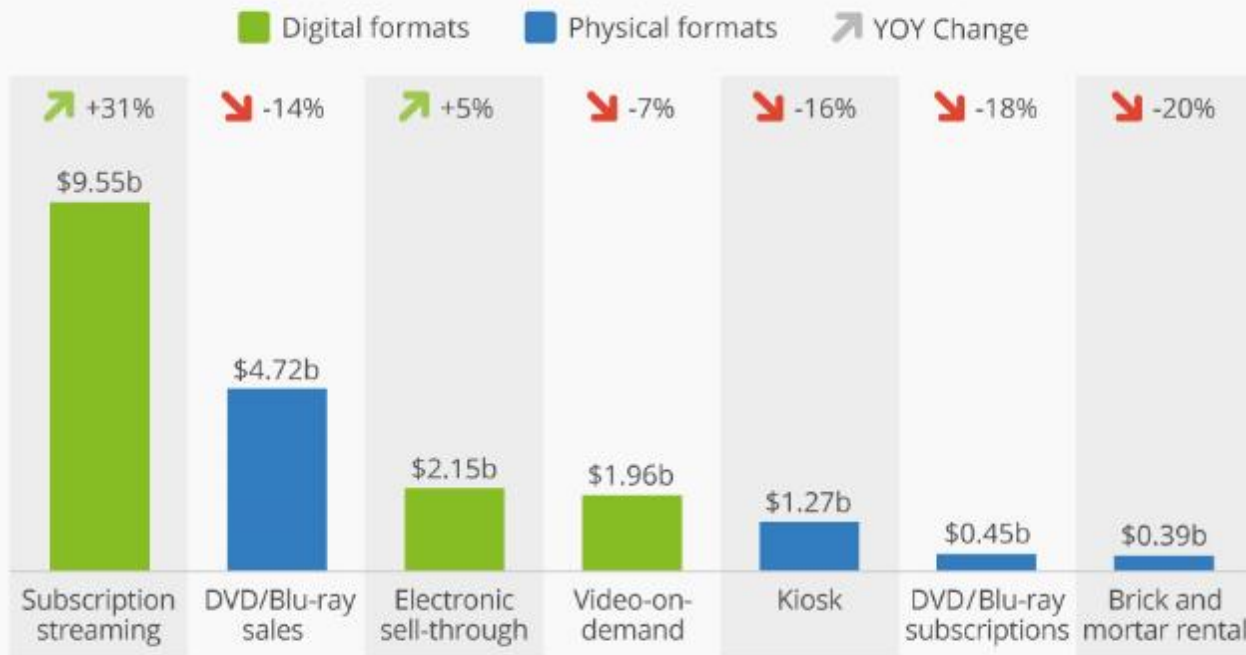
Google



HOME ENTERTAINMENT - Il digitale soppianta il supporto fisico

Streaming Dominates U.S. Home Entertainment Spending

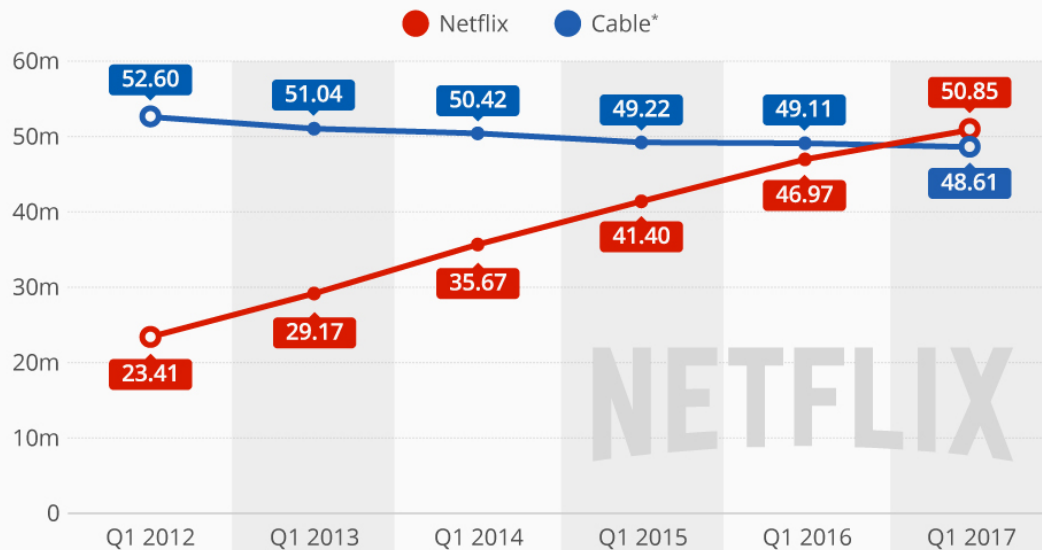
Consumer spending on home entertainment in the United States in 2017



HOME ENTERTAINMENT - I nuovi player

Netflix Surpasses Major Cable Providers in the U.S.

Number of Netflix subscribers vs. cable pay-TV subscribers in the U.S. (in millions)



* includes major cable providers accounting for roughly 95% of cable subscribers and slightly less than half of all multichannel pay-TV subscribers

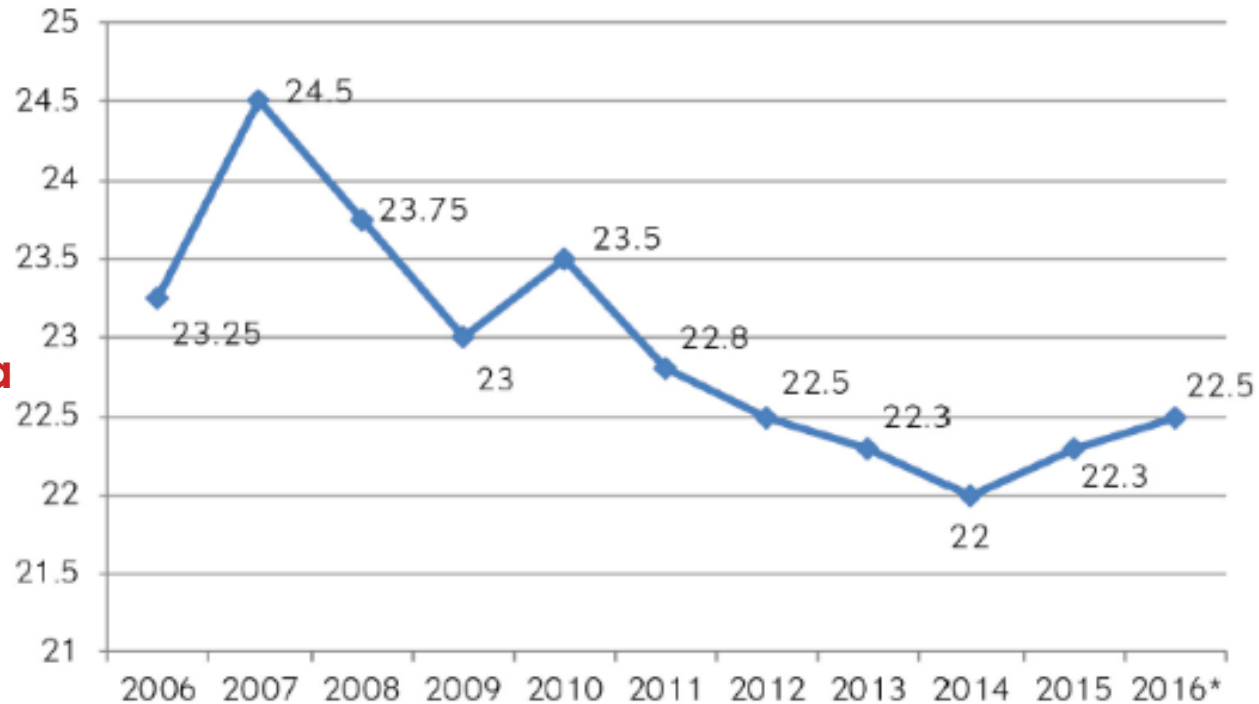
Sources: Netflix, Leichtman Research Group

Oltre Netflix anche gli altri giganti del web sono sempre più attivi nella produzione audiovisiva



EDITORIA LIBRARIA - Le vendite degli editori librari sono calate ma non crollate

Net publishers' turnover from book sales in the EU + EEA, 2006-2016 (€ billion)

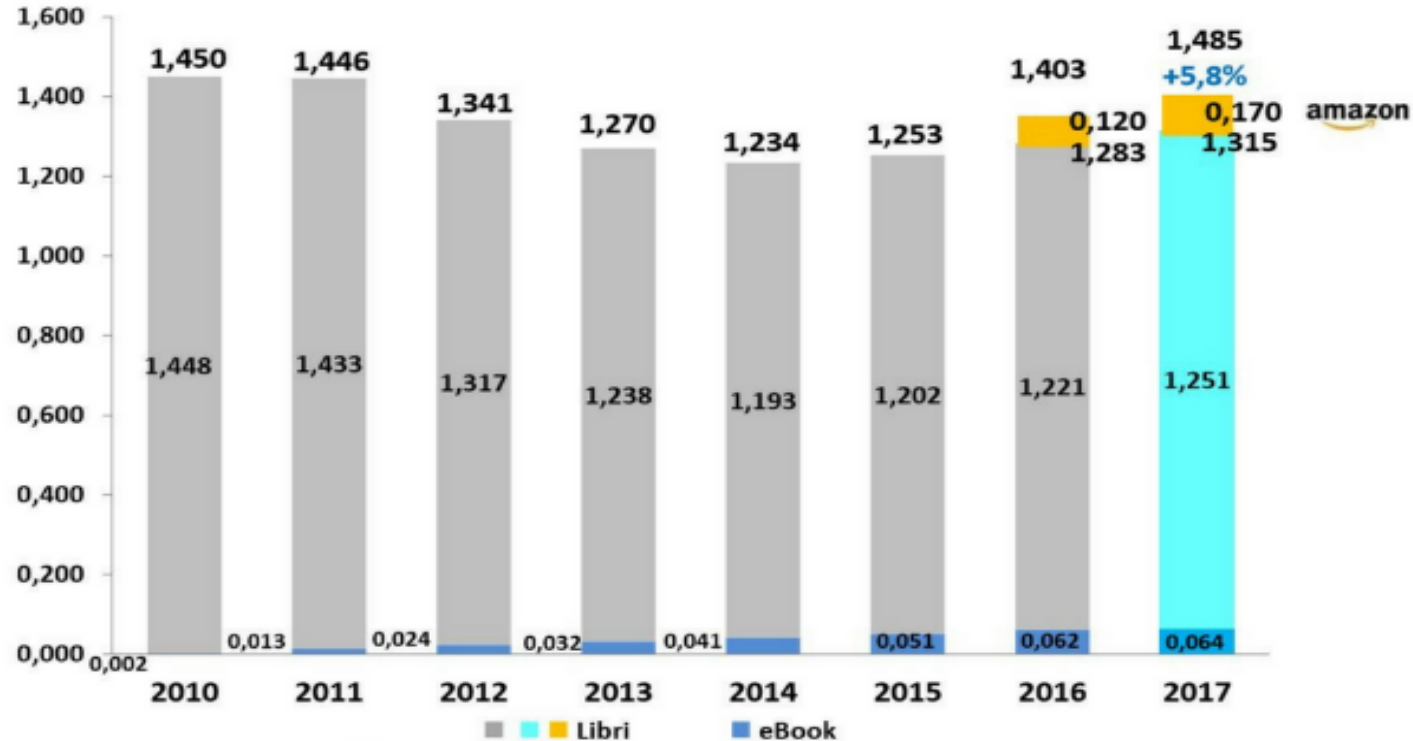


Attenzione alla scala, non parte da zero!

EDITORIA LIBRARIA - Le vendite degli editori librari sono calate ma non crollate

Secondo i dati AIE il 2017 è stato in Italia il terzo anno in crescita per il settore librario trade (ricavi +5,8%).

Andamento a valore del mercato trade di libri e di e-book in Italia: 2010-2017*
(valori in miliardi di euro e in %)



EDITORIA LIBRARIA – Nel trade il fisico rimane prevalente e coesiste con il digitale

IL LIBRAIO.IT

Italia –
Osservatorio
AIE 2017/2018

Narrativa (tutti i generi), manualistica, saggistica, libri professionali, educativi

Risposta multipla, valori in %



Libri

62%



E-book

(da tutti i device)

27%



Da supporto fisico, o device

Audiolibri

11%

Lettori nel complesso: 65% (29,6 ML)

L'impatto dell'e-commerce in US sulle librerie

Stati Uniti (prezzo del libro libero, a differenza di molti Paesi dell'Europa continentale).

- 1995: entra sul mercato **Amazon**;
- 1995/2015: **librerie indipendenti: da 7.000 a 2.227: -68%**, con una parziale ripresa negli ultimi 5 anni (punto più basso il 2009 con 1.651 punti vendita) (fonte ABA e [Wikipedia](#));
- 1991/2017: **librerie di catena: da 3.000 a 1.076 p.v.: -64%**; la seconda catena Borders nel 2011 fallisce ([Publishersweekly](#)).

Le nostre case senza più scaffali colpa di e-book e smartphone

DAL NOSTRO CORRESPONDENTE ENRICO FRANCESCHINI
LONDRA
QUANDO è stata l'ultima volta che avete posato qualcosa, un libro, un dvd, un cd, una foto in cornice, su uno scaffale di casa? Se non ve lo ricordate, la prossima domanda potrebbe essere: avete ancora degli scaffali sui muri di casa? Quali «mobile component» più rigidi e centrali sui quali si dispongono in ordine gli oggetti», secondo la definizione che ne dà il dizionario, è infatti entrato sul viale del tramonto, o meglio della soffista, della cantina, dei rovinocubi o del casone dei rifiuti, perché presto non ci saranno più oggetti da posarci sopra. «Death of the shelf» (Morire dello scaffale), proclama il mensile bri-

La rivista "Prospect": "Addio librerie, nessuno ha più oggetti da posarci sopra"

Lo scrittore Will Self: "Sta per scomparire il pemo della vita domestica borghese"

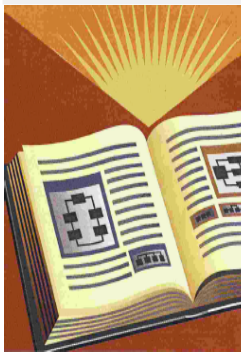
annico Prospect, e se lo dice la rivista più intellettuale del Regno Unito, per di più affidando l'annuncio a uno scrittore, Will Self, bisogna crederci.
Parafrastando Mark Twain, si potrebbe ribattere che la notizia del decesso è fortemente esagerata, se pensiamo che nel 2013 si è venduta da qualche parte nel mondo una libreria Billy, la scaffalatura per antonomasia prodotta dall'Ikea, oggi dieci secondi. Attenzione, però: proprio la Billy fornisce un indicio che (parafrastando Marx - il comico Groucho, non il filosofo Karl) se lo scaffale non è morto, perlomeno non si sente tanto bene. L'Ikea ha infatti aggiornato la sua storica libreria per adeguarla alla rivoluzione digitale: ripiani più alti, ante di vetro. Perché? Per ospitare bomboniere, soprammobili,

paccottiglia varia, insomma tutto tranne quello per cui la Billy era stata inventata. E il motivo è chiaro: sempre meno oggetti compra libri, dvd, cd. Sempre meno gente ha bisogno di incominciare una foto e posarla su uno scaffale, quando può metterla online: quante ne vuole sulla propria pagina Facebook. E di ieri la notizia che nel 2014 in Gran Bretagna le vendite di e-book supereranno quelle di libri di carta. La HmV, catena britannica di dvd e cd, è sull'orlo del fallimento perché aumenta progressivamente il numero di colori che guardano film o serial tv scaricandoli da Netflix, LoveFilm o altri negozi digitali, e consumano musica via Spotify o iTunes. «Il piano della vita domestica borghese sta per scomparire», conclude Will Self: «Invece, morirò e lo scaffale se ne andrà insieme a

Da una esagerazione all'altra?

L'inchiesta

Crollo delle vendite e riscoperta della carta Chi ha detto che il futuro era nell'ebook?



Addio lettore digitale

RAFFAELLA DE SANTIS

Il futuro è digitale. Quante volte lo abbiamo sentito dire. È stato il mantra degli ultimi anni. Nel tempo leggeremo solo ebook, la carta diventerà un supporto del passato, come lo sono stati i papiri o le iscrizioni su pietra. Poi accade che il mercato dia un altro segnale e tutte le nostre proiezioni all'improvviso si smontano. Da ieri sappiamo che negli Stati Uniti - dunque nel centro dell'impero digitale - le vendite degli ebook stanno crollando: nei primi mesi di quest'anno i libri elettronici hanno perso negli Usa il 10 per cento, mentre il settore si è fermato al 20 per cento di mercato, la stessa quota che aveva cinque anni fa. I dati, raccolti dall'Association of Ameri-



can Publishers riferendoli alle vendite di oltre 1200 editori, finiscono sul New York Times e scoppiò il caso.
Controdirine, la rivoluzione non è avvenuta e chissà se avverrà. L'apocalisse digitale è scongiurata. Eppure negli ultimi tempi tutto faceva presupporre che saremmo diventati un mondo 2.0. I dati d'oltreoceano fotografavano una situazione molto diversa: tra il 2008 e il 2010 le vendite di **ebooks** erano aumentate del 1280 per cento e qualunque bookmaker avrebbe dato il sorpasso per fatto nel giro di non troppi mesi. Il grande anno secondo le proiezioni doveva essere proprio il 2°: «In un anno in cui l'America non avrebbe quasi dimenticato come si sfoglia un libro fatto di pagine di carta.
Ma a cosa è dovuta questa improvvisa inversione? Al momento si fanno solo ipotesi. Un peso non irrilevante può averlo avuto l'atteggiamento dei grandi editori, anche in chiave anti-Amazon.

Lo scorso anno abbiamo assistito a un rialzo del prezzo degli **ebooks**. Una politica che ha reso in alcuni casi i libri digitali meno convenienti di quelli cartacei, scoraggiandone l'acquisto. Il curriculum di Donna Tartan in edizione paperback costava meno di quello elettronico, con il risultato che le vendite dei tascabili sono incrementate dell'8,4 per cento a scapito dei loro concorrenti digitali. Va poi considerato il fatto che la distribuzione nelle librerie è migliorata molto, per cui anche i tempi si sono ridotti. Se per avere un **ebook** basta un click, per fare proprio un libro di carta basta una passeggiata e al massimo qualche ora di pazienza. Il tempo di controllare la disponibilità del nostro libraio di fiducia e nel caso farlo arrivare a destinazione in giornata. Editori come Penguin Random House e HarperCollins hanno lavorato molto nel perfezionare la filiera del libro, tanto che anche il dato sulle rese per la prima volta ha invertito la tendenza: sono state ridotte del 10

per cento. Al momento la vendita dei libri di carta di Penguin Random House rappresenta il 70 per cento del commercio complessivo.
«Non si può passare da un estremo all'altro. Prima si parlava dell'esplosione del digitale e ora si esagera nel trarre conclusioni in senso opposto, facendo intendere che l'**ebook** è stato una bella speculazione. Bisogna valutare che il libro elettronico è una realtà effettiva sul mercato statunitense da una decina di anni, in Italia da quattro. Bisogna aspettare che si consolidi prima di trarre conclusioni affrettate», spiega Giovanni Peresson, responsabile dell'ufficio studi statistici dell'Associazione italiana editori. Sarà così, ma ci sono indicatori che pongono interrogativi. Una tra tutti: sembra che i lettori più giovani siano i meno interessati agli **ebooks**. Dunque la generazione 2.0, quella dei nativi digitali, va al mare mettendo un romanzo cartaceo nella borsa e ancora oggi

preferisce addormentarsi con un libro in mano. Immagini che credevamo di dover rileggere tri qualle in bianco e nero.
L'altro lato della faccenda è ancora più interessante e riguarda le librerie, come luoghi fisici non piatte telematiche. Parallela a questa crisi **ebook** si assiste infatti sul territorio americano ad una rinascita delle librerie indipendenti, date per spacciate con l'arrivo di Amazon e tornate a nuova vitalità: sono 2227 nel 2015, erano 1980 cinque anni fa. Il New York Times cita ad esempio BookPeople, fondata nel 1970 ad Austin, in Texas dove le vendite sono incrementate del 111 per cento nell'ultimo anno.
Curiosamente in Italia il mercato sembra tenere e tra sogni di un piccolo incremento. Ma forse ciò dipende dal fatto che non è mai decollato veramente. Nel 2014 secondo l'Istat la lettura di **ebooks** è cresciuta dello 0,9 per cento rispetto all'anno precedente

Tutto questo in un paese in cui a leggere almeno un libro all'anno sono solo 41 persone su cento, molto meno della metà della popolazione. Il prezzo di copertina fa molto: se la media del costo di un libro di carta si aggira intorno ai diciotto euro, quello di un **ebook** è tra i sei e sette. Visto però che da noi le novità, positive o negative, arrivano sempre con un po' di ritardo staremo a vedere cosa accade e quali saranno gli effetti sul nostro mercato della crisi del digitale americana. Una crisi che ha origine in quella economica generale degli ultimi anni. Amazon sembra essere accorta e ha abbassato il prezzo del Kindle, cercando di arginare le perdite: oggi un tablet ultima generazione costa cinquanta dollari, quando lo comparsu anni fa ne costava quattrecento. La strategia di marketing dovrebbe aiutare il mercato, in grande perdita: lo scorso anno sono stati venduti 12 milioni di e-readers, otto milioni in meno rispetto ai 20 milioni del 2011. Inoltre il colosso dell'e-commerce offre l'accesso a oltre un milione di titoli per dieci dollari al mese.
La prossima generazione leggerà gli **ebooks** sugli smartphone. Gli ultimi dati Nielsen parlano chiaro, già lo fa un acquirente di libri elettronici su sei. Dice Peresson: «La sfortuna ha voluto che la diffusione degli e-readers sia avvenuta durante una congiuntura economica negativa. Molto persone che in altri momenti avrebbero acquistato un tablet non lo hanno fatto». Gli analisti puntano ancora sulla generazione 2.0, forse la nuova onda partirà proprio dai telefonini. Il tramonto del digitale potrebbe non diventare una disfatta.

Le diverse industry creative a confronto

IL SUPPORTO FISICO **NON** È SOSTITUITO IN MANIERA PREPONDERANTE DAL DIGITALE

Industria libraria trade

IL SUPPORTO FISICO È SOSTITUITO IN MANIERA PREPONDERANTE DAL DIGITALE

Industria musicale
Industria home video
Industria newspapers
Enciclopedie e dizionari

ENTRATA NEL MERCATO DI PLAYER DIGITALI CHE **NON** RIESCONO AD ACQUISIRE LA PARTE PREPONDERANTE DEL VALORE DI FILIERA

Editoria trade

ENTRATA NEL MERCATO DI PLAYER DIGITALI CHE RIESCONO AD ACQUISIRE LA PARTE PREPONDERANTE DEL VALORE DI FILIERA

Industria musicale
Industria home video
Industria newspapers

Retail librario

(specie in US e Paesi in cui il prezzo non è regolamentato)