

Libri on line, business inesistente ma tutti scommettono sul futuro

STEFANIA CHINZARI

ROMA Chi dice «libri on line» dice Amazon. Sono loro, naturalmente americani, i colossi del settore, con due milioni di titoli in catalogo ordinabili da e per tutto il mondo, o quasi. Ma a vantare il record di primogenitura sono in due: l'altra è Internet Bookshop di Oxford, che vanta un milione e mezzo di volumi. Entrambe hanno mosso i primi passi intorno al 1993 e da un paio d'anni hanno dato un serio scossone alla vendita di libri su Internet e non solo. Ama-

zon Usa, per esempio, vantava per il secondo trimestre di quest'anno un fatturato di 115 milioni di dollari.

Sarà per questo che di libri on line s'è parlato come di uno dei grandi business della rete. Come di una delle prossime risorse dell'intero mondo editoriale. Ma per quanto riguarda l'Italia qualche numero ci aiuterà a capire che si sta parlando di cifre praticamente irrisorie. La quota del mercato librario italiano che si muove sulla rete non arriva in realtà all'1 per mille, all'interno di un mercato totale di quasi

due miliardi, comprensive di 7-800 miliardi di editoria scolastica. Un'inezia, una briciola, dunque, all'interno di un mercato editoriale, il nostro, già piuttosto ridotto e perennemente esangue. Eppure sulla rete hanno puntato tutti, da Feltrinelli a Einaudi, da Rizzoli al colosso Mondadori. Con home page, cataloghi, biblioteche, caffè letterari, senza contare l'ancora esiguissimo numero di cybereditori, ovvero di quanti hanno demandato alla rete non solo la distribuzione e la vendita, ma anche la pubblicazione di libri, inediti e non.

BOOKSHOP E AMAZON

Le librerie virtuali hanno due milioni di titoli da spedire nel mondo



Il 30% dei libri italiani venduti on line viene spedito all'estero

Ma vendere online non è semplicemente informare. È un business serio che non riesce a tutti. Guardare per credere a

Barnes and Noble, famosa libreria americana che ha voluto sfidare Amazon sul terreno del commercio virtuale e s'è bru-

ciacchiata le penne. Ma Bertelsmann, il fresco partner di Mondadori, ne ha già acquisito il 50%, all'insegna di una strategia espansionistica che ha portato la società tedesca ad affacciarsi anche sul mercato francese con Books On Line, rivale diretto della Fnac. Nessuno, però ha ancora trovato la ricetta vincente della cyberlibreria: la stessa Amazon è afflitta da quasi venti miliardi di perdite, pegno da pagare alla politica dei grandissimi numeri, condotta a suon di favolosi sconti. Eppure la sfida, nonostante le difficoltà, non si può lasciar cadere nel vuoto, se è vero, come sostiene «Le Nouvel Observateur», che la vendita diretta dei libri potrà rappresentare il 20% dell'intero mercato francese.

Se dunque le cifre di oggi sono

In rete con i tedeschi Mondadori-Bertelsmann per vendere in Internet

ANGELO FACCINETTO

MILANO Alleanza strategica Mondadori-Bertelsmann per i book-club e la vendita di libri via Internet. Con due obiettivi su tutti. Allargare un mercato che in Italia, con la sua attuale struttura distributiva, segna il passo ed offrire in ogni parte del mondo, attraverso la rete, tutti i libri in lingua italiana. Esattamente come se si girasse tra gli scaffali della più fornita delle librerie.

L'intesa è stata annunciata ieri dall'amministratore delegato della Mondadori, Maurizio Costa, e dal presidente della divisione libri della Bertelsmann, Frank Woessner. E verrà realizzata in due fasi. La prima prevede la costituzione di una nuova società nella quale confluiranno le attività di book club della società Club degli editori spa - interamente di proprietà della Mondadori, con i suoi 111 miliardi di fatturato (e i suoi marchi Cde, Il Circolo, Club per Voi, Junior Club e One Shot), leader nella vendita per corrispondenza di prodotti editoriali - e della Euroclub spa (al cento per cento Bertelsmann), leader mondiale del settore che nel nostro paese fat-

tura, grazie a 910 mila soci, 90 miliardi all'anno. La nuova società, che continuerà ad operare con i marchi tradizionali, avrà una nuova sede a Milano e conterà su un capitale sociale di due miliardi di lire, equamente diviso tra i due soci, mentre l'amministratore delegato, per i primi tre anni, sarà designato da Mondadori.

ACCORDO IN DUE FASI

La prima riguarda i club-book. Fra gli editori anche intese precedenti

L'operazione, assicura Costa, non avrà conseguenze negative sull'occupazione. «La joint-venture - dice - ha come scopo quello di allargare il mercato senza procedere a canibalizzazioni, non quello di avviare processi di ristrutturazione».

La seconda fase, che dovrebbe concretizzarsi nei primi mesi del prossimo anno («le condizioni verranno verificate al più presto»), prevede invece tra i due gruppi editoriali una joint-venture paritetica che darà vita, nell'E-commerce, a «Mondolibri». In vista dell'atteso sviluppo del

comercio elettronico, un passo importante, destinato a garantire a Mondadori una posizione di netto predominio rispetto agli altri editori di casa nostra.

Bertelsmann A.G. - che ha un fatturato pari a 9 mila miliardi di lire e controlla il più affermato network di club del libro e di case editrici nel mondo - è già partner di Mondadori dal 1990 nella Gruner und Jahr, l'editrice di Focus, Vera e Top Girl. Ora, con la nuova joint venture, punta a rafforzarsi sul mercato italiano, dove è «troppo piccola per essere incisiva». Trovando in Mondadori quello che definisce «il partner naturale».

L'alleanza annunciata ieri non avrà però conseguenze sugli assetti azionari delle due società. L'accordo - hanno sottolineato Frank Woessner e Maurizio Costa - «non prevede alcuno scambio di azioni». Né ora, né in futuro. Anche perché per il gruppo tedesco - che complessivamente dà lavoro a poco meno di 58 mila persone sparse in 53 paesi - la cosa è semplicemente impossibile, dal momento che il suo capitale azionario è nelle mani della

Fondazione Bertelsmann, ed è vincolato. L'intesa di ieri, piuttosto, potrebbe essere preludio all'allargamento di una partnership in altri settori.

Nessuno sviluppo, ma qui Bertelsmann non c'entra, invece sul fronte di un possibile ingresso della Mondadori nel settore dei quotidiani. «Stiamo studiando» - dice Costa, ribadendo che ormai da un anno la legge sull'editoria ha aperto al gruppo questa possibilità. «Per ora - sostiene - ci siamo limitati ad allargare l'offerta pubblicitaria attraverso la raccolta per il Giornale, con un effetto benefico anche sulla raccolta per le nostre testate».

Intanto in Borsa i titoli Mondadori hanno messo le ali. Alle 15, in attesa dell'annuncio dell'accordo, le azioni del gruppo controllato dalla Fininvest facevano registrare un rialzo del 7,53 per cento, mentre i titoli di risparmio guadagnavano il 2,33 per cento. Ancora meglio le quotazioni in chiusura: più 8,14 per le ordinarie e un più 5,79 per le risparmio. Anche se qualche operatore parla di attese, e di andamento, esagerati.

Un appello

D'Alema e l'infanzia

Contro i siti porno in Internet, il presidente del Consiglio D'Alema ha rivolto un appello alle case editrici perché si diano un «codice etico per l'infanzia» nel rispetto della convenzione internazionale per l'infanzia e delle norme per tutelare i minori. L'appello è giunto in risposta alla interrogazione di un deputato leghista.



SEGUE DALLA PRIMA

MANGERÀ LE LIBRERIE...

Salirà la quota Internet; salirà la quota Club degli Editori. E salirà ancora, prevedibilmente, la quota Mondadori.

La casa di Segrate e l'editore tedesco Bertelsmann

daranno vita, insieme e con quote paritetiche, a una nuova società che si occuperà di distribuire i libri casa per casa seguendo o le antiche ordinazioni postali o le modernissime vendite via Internet. Dal punto di vista economico, si tratta di un «piccolo» accordo; dal punto di vista culturale è invece un evento di grande valore. Perché due colossi dell'editoria puntano strategica-

mente sul superamento della tradizionale rete di vendita nelle librerie e su quella, pure più contrastata, nei supermercati: i libri ve li porteranno direttamente a casa.

Se il mercato editoriale via Internet non è mai decollato in Italia e cresce vertiginosamente solo negli Stati Uniti la ragione è abbastanza semplice: negli

Stati Uniti c'è una tradizione antica di vendite per corrispondenza, ossia ci sono solide strutture di distribuzione capillare. In Italia le Poste funzionano a singhiozzo, sicché risulta comunque più comodo uscire e andare a comprare nei negozi. Il Club degli Editori possiede una struttura di distribuzione oliata e potente. Dall'altro lato, Bertelsmann possiede il 100% di

Euroclub, leader mondiale di vendita di libri per corrispondenza. È più chiaro il perché dell'accordo siglato ieri?

La Mondadori, per altro, già da anni si preoccupa di superare il «monopolio» delle librerie: con la vendita per corrispondenza, con la diffusione degli scaffali librari nei supermercati, con le «feste dei libri», con i «saloni», con il rafforza-

mento della autonoma rete di distribuzione curata direttamente da Segrate. Dal produttore al consumatore senza passaggi intermedi: questa è la filosofia industriale che regna da anni a Segrate, fin dai tempi di Franco Tatò. Va detto, infatti, che anche i volumi venduti con il marchio Club degli Editori sono stampati e allestiti direttamente negli stabilimenti Mondadori di

Verona o di Cles, anche quando ripropongono opere editte in origine da altre case editrici.

Tenetevi caro il vostro libro di fiducia o, se non ne avete, adottatene uno: avranno vita difficile, nei prossimi anni e comunque potranno aiutarvi a orizzontarvi fra i (pochi?) titoli non Mondadori.

NICOLA FANO

Napoli non è un luogo comune.

Il primo CD della collana "Il Canto di Napoli" I Grandi Classici con il dizionario della lingua napoletana.

In edicola a 18.000 lire

Per richiedere gli arretrati: Servizio Clienti I'U multimedia tel. 06.52.18.993 • fax 06.52.18.965 dal lunedì al venerdì 8.30-13.00 e 14.00-17.30

L'occasione colta

