

ma numeri assoluti ancora piccoli. Questo è un mercato a cui guardano con attenzione non solo le case editrici più grandi ma anche i piccoli editori, che proprio per la specializzazione della nicchia di mercato in cui operano possono trovare lettori anche al di fuori del mercato italiano». Per il momento gli editori di e-book in Italia sono 342, contro i 7393 "tradizionali".

**Bisognerà guardare anche al mercato interno, però, visto che in Italia sono arrivati i giganti della vendita di e-book online, Apple e Amazon, che hanno firmato accordi con i grandi gruppi italiani.**

«Esatto. Bisognerà monitorare, ma dubito che l'iBookstore e il Kindle Store potranno fare a meno dei piccoli editori». Mussinelli invita, inoltre, a tenere sotto controllo il *self-publishing*, cioè la pubblicazione fai-da-te, lanciata in Italia anche dal

gruppo di Jeff Bezos, che consente di saltare la mediazione dell'editore: «Il *self-publishing* è un fenomeno ancora piccolo, ma va seguito, un possibile ulteriore sviluppo in un settore in continua evoluzione».

**Come si svilupperà il mercato editoriale nei prossimi mesi?**

«Quello elettronico non è semplicemente un nuovo supporto per il medesimo prodotto, come lo è stato per la musica, piuttosto, è uno strumento che modifica radicalmente le caratteristiche del prodotto, per il quale devono perciò essere ipotizzati nuovi scenari di mercato e nuove funzioni del mondo editoriale. Libro tradizionale e libro digitale potranno continuare a vivere affiancati, ma questo comporterà un notevole sforzo di riorganizzazione per tutte le componenti della filiera».

**Pensa al passaggio dai semplici documenti in Pdf a quelli in ePub?**

«Siamo già oltre. Con l'ePub3, nuova piattaforma di sviluppo per gli e-book, si possono inserire video, audio, link e componenti interattive, creando anche impaginati più complessi per i libri illustrati e di arte. Ma il fatto importante è che al nuovo standard hanno partecipato editori, sviluppatori di software e produttori di e-reader. Diventerà veramente comune a tutti ed è compatibile con l'evoluzione del web, perché si basa sullo standard Html5».

**Un esempio pratico?**

«I primi titoli sono già giunti da noi. Tirano sempre i best-seller e la saggistica specializzata. Ad esempio, *I pilastri della terra* di Ken Follet quando è uscito era in testa alle vendite per Kindle, ma aveva anche una "enhanced edition", versione arricchita per iPad, con videoclip della serie tv ispirata al libro, appunti dell'autore e percorsi interattivi». ❖

## Raccolta

### Sfoggia tutti i numeri di Unitag



**Inquadrando con uno smartphone il mobtag (o qrcode) qui sopra potrete scaricare e leggere tutti i numeri del nostro inserto pubblicati finora. Per leggere in digitale il numero che avete tra le mani, invece, basta aspettare qualche giorno e lo troverete su Unita.it.**

## Nuovo mercato

# Lettura e non solo tavolette magiche chiamate eReader

**Gli apparecchi portatili per sfogliare gli e-book sono destinati a una diffusione enorme grazie al basso consumo e al display che non affatica la vista. Viaggio tra i modelli in commercio**

MARCO VENTIMIGLIA  
MILANO

Tutti sanno che cos'è un libro, e sono altresì in tanti a capire il concetto di versione digitale di un testo. Di contro, specialmente in Italia, l'oggetto dedicato alla lettura senza carta resta per i più abbastanza misterioso, tanto che anche coloro che lo possiedono spesso lo definiscono erroneamente e-book, che è un po' come scambiare il software con l'hardware. Infatti, il termine e-book indica il libro in formato elettronico (o digitale che è la stessa cosa), mentre è la parola e-reader ad identificare l'apparecchio dedicato alla riproduzione dei testi in oggetto. Una distinzione lessicale necessaria, se è vero che le previsioni di mercato quantificano in decine di milioni gli e-reader che saranno venduti in Europa nei prossimi anni.

L'e-reader va poi "separato" da un altro oggetto, il tablet pc, tanto più che nel nostro Paese, a differenza degli Stati Uniti, il secondo ha preceduto la comparsa del primo. Entrambi portatili e leggeri, con schermi che vanno dai 6 ai 10 pollici di diagonale, in realtà la filosofia che sta die-

tro i due apparecchi è molto diversa: mentre le funzionalità di un tablet non sono molto diverse da quelle di un pc, con la possibilità di svolgere molteplici compiti attraverso applicazioni assortite (e sfruttando il plus dello schermo touch), nel caso di un e-reader siamo di fronte ad un *device* specializzato, appunto, nella lettura. Da ciò ne consegue l'adozione di un display particolare, basato quasi sempre sulla tecnologia e-ink (o e-paper), progettata per imitare l'aspetto dell'inchiostro su un normale foglio. A differenza di un normale schermo, che usa una luce posteriore al display per illuminare i pixel, l'e-paper riflette la luce ambientale come un foglio di carta. Ne conseguono vantaggi prestazionali non indifferenti per gli e-reader, poiché la loro autonomia è molto mag-

**UN'APP PER VERONESI**  
Quello dell'ultimo libro del premio Strega è un caso unico in Italia. Il lancio di "Baci scagliati altrove" (Fandango), oltre che nelle librerie, è avvenuto anche su iTunes con un'app che ne consente la lettura integrale.

giore rispetto a quella dei tablet, e le pagine elettroniche restano visibili anche sotto la luce solare. Esistono anche dei formati di testo specifici per gli e-reader, a partire dall'ePub, ma in questo caso la distinzione è meno rigida poiché esistono software in grado di "aprire" questi formati anche su tablet e pc.

Un mercato con grandissime prospettive di sviluppo, quello degli e-reader, e non a caso su di esso si sono già proiettati giganti dell'elettronica di consumo piuttosto che protagonisti specifici della realtà tecnologica ed editoriale italiana. Apparecchi con prezzi generalmente compresi fra i 100 ed i 250 euro, dove a fare la differenza ci sono soprattutto le funzionalità aggiuntive rispetto alla lettura.

La prima citazione è obbligata, visto che il **Kindle** sta all'e-reader come l'**iPad** sta al tablet. L'apparecchio di Amazon è da poco arrivato in Italia ed il suo asso nella manica, oltre alla connettività Wi-Fi ed al prezzo aggressivo (**99 euro**), sta nell'accesso all'ecosistema Amazon, a partire dalla sua sterminata libreria digitale. Fra i concorrenti più accreditati spicca Sony con il suo **Reader Wi-Fi**, che a fronte di un costo maggiore offre caratteristiche aggiuntive come lo slot per schede di memoria microSD e lo schermo touch. Fra i prodotti italiani, Telecom ha da poco lanciato la seconda versione del suo **Biblet**, un apparecchio dotato di tastiera sottostante al display ed attraverso il quale si beneficia di un'ampia offerta online, con la disponibilità di 18.500 titoli appartenenti ai cataloghi di 240 case editrici. Infine, segnaliamo "leggo", l'e-reader di Ibs che oltre al Wi-Fi offre anche una connettività gratuita 3G che permette quindi di accedere da ogni luogo al catalogo online di e-book. ❖

## Nuovi consumi

### Idea di Bezos: un Kindle per fare shopping

**Il celebre lettore al centro dell'universo Amazon**

Un tempo c'erano coloro che amavano uscire per divertirsi e coloro che preferivano leggere e studiare, quelli che andavano a fare shopping e quelli che compravano libri. Un tempo, adesso non più. Ed il signor Jeff Bezos, padrone di Amazon ed "inventore" del Kindle, lo ha capito prima di molti altri facendo del suo celebre ereader il portabandiera del cambiamento. Basti pensare che negli Stati Uniti il Kindle viene proposto in duplice offerta commerciale, a prezzo ribassato se si accetta di leggere pagine dove compaiono anche dei banner pubblicitari.

Ma questo in realtà non è che uno dei primi passi di una strategia che dovrebbe fare dell'ereader un autentico volano degli acquisti sul più grande negozio online del mondo, che naturalmente è Amazon. Già adesso chi possiede un Kindle acquista quasi sempre i suoi libri elettronici su Amazon, ma l'ambizione di Bezos è molto maggiore. Nel futuro da lui immaginato, e già in corso di realizzazione, attraverso l'ereader ed il suo accesso alla Rete si compreranno computer, Blu-ray, giocattoli e persino cibo, nel più planetario e lucroso dei processi di fidelizzazione digitale. **M.V.**