



GLI ESPERTI DI EDITORIA DIGITALE RIUNITI A ROMA PER LA FIERA “PIÙ LIBRI, PIÙ LIBERI”

2008 ANNO DELLA SVOLTA PER L’eBOOK GRAZIE AL WEB 2.0 E AI NUOVI DISPOSITIVI HI-TECH

Roma, 5 dicembre 2008 – Se Internet ha spiazzato l’industria discografica, con il mercato del libro la musica è destinata a cambiare, grazie alle innumerevoli potenzialità del Web 2.0 e ai lettori ebook di ultima generazione. Ne sono convinti gli operatori e gli esperti di editoria digitale, intervenuti oggi alla tavola rotonda *ebook e Web 2.0, le nuove frontiere del leggere multimediale*, nell’ambito della 7^a Fiera della piccola e media editoria “Più libri, più liberi” in corso a Roma fino all’8 dicembre. Il settore degli ebook sembra risentire meno di altri della crisi: a livello mondiale dai 25 milioni di euro di fatturato del 2007 si è passati a quasi 28 milioni nei primi 9 mesi del 2008 (*International Digital Publishing Forum*). Mentre le ultime previsioni parlano di un mercato che raggiungerà 228 milioni già nel 2012 (*iSuppli*), soprattutto per quanto riguarda la consultazione di testi scientifici, saggistici e di formazione. Del resto è tutto il settore dell’ecommerce che, pur avendo rivisto al ribasso le stime, prevede nello stesso 2008 pur sempre una crescita a doppia cifra non solo a livello internazionale ma anche in Italia (*Osservatorio sull’ecommerce del Politecnico di Milano*).

Dopo anni difficili la spinta al mercato dell’ebook è venuta soprattutto dal Web 2.0. “Questo connubio – ha dichiarato **Giacomo Bruno**, presidente di Bruno Editore – moltiplica le occasioni per avvicinare nuovi lettori e nuovi autori grazie ad un approccio diverso rispetto alle tradizionali librerie, più interattivo e dinamico, reso possibile dalle infinite possibilità di Internet. In questo modo abbiamo dato vita ad un modello editoriale innovativo che sfrutta appieno le potenzialità dell’ecommerce attraverso la creazione di due community online nate proprio nel 2008: il *Club Autori Italiani*, che raccoglie oltre cento autori di ebook tra i migliori esperti di formazione, e il *Club Affiliati Italiani*, un esclusivo punto di raccolta online per promuovere gli ebook attraverso le vetrine di bit delle librerie associate”.

L’altro impulso decisivo è arrivato dai nuovi lettori ebook lanciati negli ultimi mesi. Si tratta di colossi come Sony, Apple, Philips che hanno introdotto nuovi dispositivi rispetto a quelli già in voga come Cybook e Kindle di Amazon. Mentre si preannuncia l’arrivo a breve di RADIUS della Polymer Vision. “Questi nuovi dispositivi – ha dichiarato **Sebastiano Bagnara** del Politecnico di Milano – si candidano a diventare quello che l’iPod è stato per la musica sia per quanto riguarda il design sia per quanto riguarda il comfort. Le resistenze all’ebook derivano infatti soprattutto da problemi di comodità e funzionalità. La facilità di lettura



è invece fondamentale affinché l'ebook possa esprimere tutte le potenzialità della ricerca di informazioni orizzontale e dell'esplorazione continua, in cui il lettore fa una rapida scrematura dei contenuti, saltando da una risorsa all'altra grazie a Internet".

“Anche Microsoft sta lavorando in questa direzione attraverso il progetto HCI (human computer interaction) – ha annunciato **Gian Luca Petrillo** della filiale italiana – secondo cui sarà possibile gestire interazioni complesse fra computer e utente attraverso il contatto con più punti di superfici sensibili”.

“L'e-book – ha sottolineato **Valerio Eletti** della Sapienza di Roma – si trova alla convergenza degli interessi, delle competenze e della storia di aziende distanti tra loro come quelle editoriali, quelle informatiche e quelle commerciali on line”. Una conferma viene dalla presenza alla tavola rotonda di **Roberto Triola**, responsabile del Centro Studi Confindustria Servizi Tecnologici e Innovativi, di **Roberto Scrivo**, direttore affari istituzionali Fastweb e di **Fernando Folini**, presidente del Gruppo editoria digitale dell'Associazione Italiana Editori, che nel 2007 ha costituito insieme ad altre associazioni di categoria l'*Osservatorio permanente sui contenuti digitali*. Segno che tutto il mondo editoriale ha scelto di confrontarsi con nuovi mercati e nuovi prodotti, al fine di cogliere le opportunità delle nuove tecnologie e del Web 2.0 per il ridisegno delle filiere produttive e per catturare nuovi lettori, assicurando un maggiore accesso ai contenuti non soltanto per le giovani generazioni.

Ufficio Stampa: Ketchum Public Relations
Bianca Bonomi: tel. 348.48.48.328 - bianca.bonomi@ketchum.it

Bruno Editore è la casa editrice leader nel mercato italiano della formazione e dell'editoria digitale. Fondata nel 1987, ha sede a Roma e detiene il 90% del settore ebook in Italia. Il modello Bruno Editore si fonda sul portale della casa editrice www.brunoeditore.it tra i primi 100 siti italiani, con oltre 250.000 utenti registrati e più di 8mln di visitatori all'anno.

La casa editrice si avvale di 2.500 affiliati che promuovono e distribuiscono gli ebook Bruno Editore, esponendoli nelle vetrine di bit delle loro librerie virtuali attraverso programmi personalizzati di web marketing. Un Club che produce per autori e affiliati ricavi economici e diritti d'autore fino a 6 volte superiori rispetto alle case editrici tradizionali.