

Il settore sperimenta il proprio modello di consegna a domicilio in vista di un nuovo lockdown

# I piccoli editori fanno sistema

## Sui mercati esteri? Ci si va grazie agli istituti italiani di cultura

DI MARCO A. CAPISANI

I piccoli editori vogliono arrivare preparati: se ci sarà un nuovo lockdown con la chiusura delle librerie, devono poter raggiungere lo stesso i loro lettori in modo organizzato, per consigliarli, vendere i titoli scelti e recapitarglieli a casa. Un sistema che va preparato e rodato prima, meglio se in occasione di un momento in cui case editrici e librerie indipendenti si riuniscono insieme, come succede a **Book Pride** ([bookpride.net](http://bookpride.net)), la fiera nazionale dell'editoria indipendente promossa in presenza e online da Adei. L'associazione degli editori indipendenti, presieduta da **Marco Zapparoli** di Marcos y Marcos, riunisce fino a domenica prossima 70 editori e 180 librerie indipendenti su tutto il territorio nazionale, sperimentando così la partnership con Bookdealer per spingere gli acquisti di libri durante la fiera e aggiungere la loro consegna a domicilio o, «in alternativa, con ritiro presso la libreria più vicina», spiega a *ItaliaOggi* **Isabella Ferretti**, direttore generale



Isabella Ferretti

di **Book Pride**, nonché fondatrice della casa editrice 66thand2nd. «In questo modo contribuiamo a far vivere, frequentare al grande pubblico le librerie indipendenti». L'obiettivo, quindi, diventa non solo dotarsi di un sistema di delivery, sfruttando la massa critica di lettori riuniti intorno alla kermesse, ma anche quello di rafforzare tutti gli anelli che compongono la filiera: editori, librerie, eventi e distribuzione. Un percorso intrapreso che può trovare

un'alternativa alla distribuzione via Amazon, potendo già contare su altre piattaforme esistenti come Libri da asporto.

«Per rinsaldare i rapporti nell'intera filiera», prosegue Ferretti, «fino al primo novembre le librerie indipendenti che aderiscono a **Book Pride** espongono un assortimento del catalogo degli espositori della fiera così che il momento di promozione della lettura durante la manifestazione si allunghi ulteriormente».

Insomma, i piccoli editori e le librerie indipendenti provano a erigere difese in previsione di possibili nuovi tempi bui, dopo la prima quarantena che ha già messo molte attività a rischio chiusura. Ma anche per non perdere, a maggior ragione, quella effervescenza che i loro titoli hanno dimostrato di avere almeno fino alla fine del 2019. Secondo i dati Aie (associazione italiana editori, presieduta da **Ricardo Franco Levi**), infatti, i piccoli e medi editori (con un fatturato netto non oltre i 13 milioni di euro) hanno registrato fino allo scorso novembre un +6% a fatturato, arrivando a pesare il 45,9% del mercato e quasi doppiando il +3,7% di crescita seguito dal resto del settore. Loro era anche più di una copia, in media, su quattro vendite. Questo nonostante un prezzo di copertina più caro del 22% rispetto a quelli degli altri editori. «Sostenendo l'editoria indipendente si aiuta a preservare una certa idea di offerta culturale diversificata», sottolinea Ferretti, perché comunque il mondo delle case editrici più piccole vive in un precario equilibrio

economico, considerando che il 91% di titoli non arriva a vendere spesso più di 100 di copie.

«Con **Book Pride** ci stiamo impegnando, infine, su un altro fronte caldo per l'editoria», conclude Ferretti, «quello della vendita dei libri italiani all'estero. Ecco perché, tramite il direttore editoriale della manifestazione **Giorgio Vasta**, abbiamo avviato con gli istituti di cultura italiani di Melbourne e Tokyo la selezione di 12 titoli da inserire in un catalogo in lingua per gli editori dei mercati australiano e giapponese, primo passo per aiutare gli editori italiani ad andare nel mondo. Il loro appeal? Spesso i piccoli editori fanno da incubatori a casi editoriali di successo».

Intanto, giusto ieri, Ricardo Franco Levi ha rivolto un appello alle istituzioni per preservare «il valore della lettura anche in questo nuovo, difficile momento di chiusura e restrizioni per il commercio e l'economia nazionale», che estende alle librerie l'obbligo di abbassare la saracinesca nei weekend.

—© Riproduzione riservata—

## Agcom, via libera a Tim sul progetto FiberCop

Il Consiglio dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni ha svolto una preliminare discussione sul progetto di separazione legale volontaria della rete fissa di accesso dell'operatore Tim. L'iniziativa, che si fonda su un modello di coinvestimento fra operatori, prevede la creazione di una società separata, FiberCop, alla quale Tim conferirà le proprie infrastrutture passive della rete di accesso secondaria (dall'armadio di strada alle sedi degli utenti), sia in rame che in fibra.

Gli uffici dell'Autorità hanno fatto un'analisi preliminare per verificare l'affidabilità e la serietà del progetto di separazione, nonché la sua potenziale idoneità a migliorare le condizioni di concorrenza nel settore. Il Consiglio ha ritenuto il progetto ammissibile per un vaglio più approfondito nell'ambito dell'analisi coordinata dei mercati dell'accesso, disponendo anche una consultazione pubblica per acquisire le valutazioni del mercato sul progetto.

L'Autorità presieduta da Giacomo Lasorella ha spiegato quindi che valuterà, attraverso un'analisi di mercato, l'effetto del progetto di separazione sugli obblighi regolamentari esistenti, avuto riguardo in particolare alle garanzie di equivalence e parità di trattamento nella fornitura dei servizi di accesso alla rete con l'obiettivo di mettere le condizioni per un effettivo e rapido sviluppo della banda ultra-larga nel Paese.

Ieri Tim ha reso noto di aver chiuso la prima gara per la fornitura di cavi in fibra ottica a supporto del piano di cablaggio in Ftth (Fiber to the home) di FiberCop. La commessa è stata aggiudicata a cinque aziende italiane: Ecotel, Metallurgia Bresciana, Prysmian, Technikabel e Tratos. La fornitura servirà a coprire il fabbisogno di FiberCop per i primi due anni di attività.



Giacomo Lasorella

—© Riproduzione riservata—

## Tlc, il mercato spagnolo scalza l'Italia

### Tim tra i top player per investimenti

Nel settore delle tlc, a livello globale, a fine 2019 gli Usa rappresentavano il mercato più ampio, con ricavi da servizi voce complessivamente pari a 294 miliardi di euro, seguiti da Europa (215 miliardi) e Cina (189 miliardi). A quest'ultima, però, spetta la crescita maggiore nel quinquennio 2015-2019 (+21%).

E quanto emerge dall'indagine annuale dell'Area Studi Mediobanca sui 30 maggiori gruppi mondiali del settore delle telecomunicazioni con fatturato superiore a 10 miliardi negli anni 2015-2019. Il settore mondiale delle tlc ha resistito all'impatto del Covid-19, un vero e proprio stress test per il settore con il boom del traffico dati durante il lockdown, ma il trend dei ricavi rimane ancora negativo. Le tlc hanno quindi reagito bene all'emergenza in termini di servizio offerto, nonostante il traffico dati sia aumentato esponenzialmente. In Italia, per esempio, tra marzo e maggio, c'è stato un aumento del 75,5% dei valori medi mensili di traffico dati giornaliero nel fisso e del 74,9% nel mobile. Ma a farne le spese sono stati i conti economici degli operatori.

In Europa il primo mercato è quello tedesco con 57,4 miliardi (+0,1% sul 2015), seguito da Regno Unito (37,3 miliardi), Francia (35,2 miliardi, -3,4%) e Spagna (30,1 miliardi, +13%) che nel 2019 ha scalzato l'Italia (29,8 miliardi, -6,2%). Sempre nello scorso anno i ricavi aggregati delle 30 principali tlc mondiali sono cresciuti dello 0,8% sul 2018 e del 7,6% rispetto al 2015: un risultato modesto se paragonato al +84,8% segnato dai giganti del WebSoft. La performance dei 10 big player europei delle telecomunicazioni è inferiore, con ricavi ancorati ai livelli del 2015.

At&t (161 miliardi nel 2019) si conferma prima nella classifica mondiale per ricavi, che vede nelle prime 17 posizioni 7 gruppi asiatici e 6 europei (con Tim 17esima). Seguono

Verizon (117 miliardi) e il giapponese Ntt (98 miliardi).

Deutsche Telekom domina invece la classifica in Europa (80,5 miliardi). La redditività industriale è rimasta stabile tra il 2015 e il 2019 a quota 15%. Per le Tlc europee l'ebit margin, sebbene in miglioramento di 100 punti base, è pari all'11,7%, a causa della forte concorrenza degli ultimi anni, come si evince dai prezzi in continuo ribasso dei principali servizi, specialmente in Italia. In Europa, sul podio della redditività nel 2019 salgono Telenor (ebit margin al 22,6%), Tim (16,9%) e Swisscom (16,6%). Tra i principali operatori internazionali Verizon può vantare i margini industriali più elevati (ebit margin al 23,4%), seguita dalla giapponese KDDI (19,8%). Sul fronte patrimoniale, Swisscom ha la struttura finanziaria più solida (debiti finanziari sul capitale netto al 106,9%) con Tim al 142,7% e Telenor agli antipodi (323%), seguita da Telefonica (234%) e Liberty G. (213,5%).

A Tim spetta la migliore incidenza media degli investimenti industriali sul fatturato netto nel triennio 2017-19 con il 28,6%, grazie anche all'acquisto di frequenze per il 5G completato nel 2018.

Per quanto riguarda la sola Italia, nel 2019 Tim (attività nel Paese) è prima per fatturato (13,1 miliardi, -5,5% sul 2018) davanti a Vodafone (5,7 miliardi, -5,2%) e Wind Tre (5,1 miliardi, -6,5%). Escludendo le start-up (Iliad e Open Fiber) e le più piccole Eolo e Linkem, nell'ultimo quinquennio Fastweb è l'unica a crescere (+27,8% i ricavi), con investimenti industriali superiori alla media italiana. Windtre è l'operatore con la più elevata redditività (ebit margin al 17,4%) seguita da Tim (16,5%), entrambe tornate all'utile nel 2019, non più appesantite da svalutazioni e oneri straordinari.

—© Riproduzione riservata—