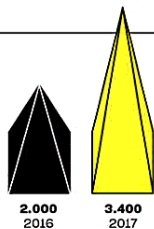
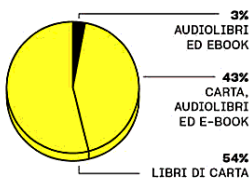


## CARTA E DIGITALE

Ormai quasi la metà dei lettori in Italia legge e-book, libri di carta e ascolta audiolibri

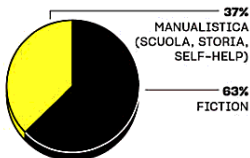


### AUMENTANO I TITOLI

Gli audiolibri italiani sono passati da 2000 titoli nel 2016 a 3400 nel 2017 (più 70%)

## VINCONO I ROMANZI

Il 63% dei file su Audible sono "fiction", il resto sono manuali (scuola, storia, self-help)



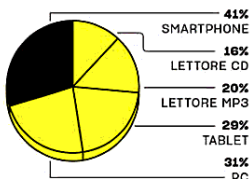
# 3

### AUDIOLIBRI SÌ MA BREVI

Non più di tre ore: è la durata del 40,1% degli audiolibri. Ma un 19,3 per cento supera le 10

## ASCOLTARE LO SMARTPHONE

In Italia lo strumento più usato per ascoltare audiolibri è lo smartphone. Ultimo il lettore di cd



# Più eruditi grazie all'udito

Comodità d'uso (palestra, metrò) e mezzi (tablet, smartphone). I libri in cuffia conquistano gli under 30 e i titoli crescono del 70%: lo dice il rapporto che arriva alla Fiera dei piccoli editori. Così la cultura sfonda. In tutti i sensi

di Raffaella De Santis



### 3 L'AVVENTO DELLA CARTA

DAL II SEC. A.C.

I primi esempi di produzione di carta dal gelso e dalla canna di bambù risalgono alla Cina del II secolo a.C. Solo nel VII sec. d.C. si diffonde in altri Paesi: Corea, Giappone e in seguito nel mondo arabo, dove però la carta è ottenuta prevalentemente dagli stracci. Nel 1719 il naturalista René-Antoine Ferchault de Réaumur osserva che le vespe ingeriscono frammenti di legno e li digeriscono per produrre la carta dei propri nidi. Ma egli non è né un inventore, né un imprenditore, e ci vuole più di un secolo prima che si cominci effettivamente a produrre carta dal legno imitando le operose vespe osservate dallo scienziato francese.

### 4 LA "BIBBIA DELLE 42 RIGHE"

1455

Johannes Gutenberg conclude nella sua bottega a Magonza la stampa della cosiddetta "Bibbia delle 42 righe", primo esempio europeo di stampa con la tecnica dei caratteri mobili (nota in Cina già attorno alla metà dell'XI secolo). Ha impiegato tre anni. Di quella edizione restano oggi quarantotto copie, di cui venti intere.

È chi li ascolta facendo jogging, chi in metropolitana e chi mentre prepara la cena sperando che la voce di Alba Rohrwacher nei panni di Jane Eyre trasformi la cucina in una brughiera. Per anni in Italia gli audiolibri hanno faticato ad attecchire, ma ora il fenomeno è esploso facendoci sentire più americani. Secondo una ricerca dell'Audio Publishers Association nel 2016 le vendite dei libri ad alta voce negli Stati Uniti hanno oltrepassato i due miliardi di dollari, con un incremento del 18 per cento sul 2015.

Gli editori ci investono: Simon & Schuster ha dichiarato una crescita del 17 per cento nel settore audiobook, mentre per HarperCollins ebook e audiolibri rappresentano il 22 per cento del fatturato. Ma gli americani sono più aperti alle innovazioni. Gli editori italiani invece hanno nicchiato. Uno dei primi a produrre audiolibri è stato Salani (oggi parte di Gerns) debuttando nel Duemila con *Harry Potter*. L'ultimo a investire è Giunti, che ha appena firmato un accordo con Storytel, gruppo svedese leader in Europa nella produzione e distribuzione di audiolibri. I dati italiani dell'Aie confermano il trend: mentre gli ebook stagnano a quota 5 per cento del mercato, gli audiolibri conquistano gli under 30. Rappresentano solo il 2 per cento del mercato totale, ma i titoli disponibili sulla piattaforma Audible nell'ultimo anno sono passati da dodicimila a 13.400, per un totale di ottantamila ore di ascolto. Solo quelli italiani da duemila a 3400, il 70 per cento in più (il rapporto sarà presentato il prossimo sabato a Roma a "Più libri più liberi"). Per Giovanni Peresson, responsabile degli studi statistici Aie, è la fine di un tabù: «Gli editori iniziano a diversificare i contenuti editoriali». Le ragioni del successo sono tante. C'è l'emozione della voce certo, ma vince la praticità. Gli audiolibri ci accompagnano in macchina, in volo, in palestra. Il 70 per cento di chi li ascolta usa il tablet o lo smartphone. Bastano un paio di cuffie e il gioco è fatto. La maggior parte sceglie la narrativa (63 per cento), ma va bene anche la manualistica (37 per cento), perlopiù self-help e storia. «Incutono meno timore reverenziale dei libri di carta», dice Gianluca Mazzitelli, amministratore delegato Salani. La media durata di un romanzo è sette-otto ore. A meno che non si prenda un volo per Delhi, o non si resti a casa bloccati da un'influenza, ci vorrà un po' per finirlo. Per *Le otto montagne* di Paolo Cognetti, una settimana, dedicandogli un'ora al giorno.

Il primo a crederci in Italia è stato Emons, il maggiore editore italiano di audiolibri, che quest'anno festeggia il decimo compleanno. Quando è nato esistevano già Il Narratore e Full Color Sound, ma Emons ha marcato la differenza. A parte pochi casi, come Gianrico Carofiglio che legge i suoi romanzi da solo, per il resto il catalogo Emons (duecentocinquanta titoli), si affida a grandi attori. Tra le novità: Alessio Boni si cimenta con le avventure surfistiche di *Giorni selvaggi* di William Finnegan e un rilassante Sergio Rubini presta la voce a Kent Haruf. Entrambi, disponibili in cd e mp3, sono coedizione-

ni tra Emons, 66hand2nd e NN Editore. Ma il progetto più folle ha coinvolto Anna Bonaiuto, chiusa cento ore in sala di registrazione per leggere *Anna Karenina*. Emons vive un momento d'oro: nel 2017 ha incrementato le vendite in libreria del 10 per cento e in digitale di oltre il 150 per cento. Oggi il digitale rappresenta il 40 per cento del fatturato. A giugno Repubblica ha lanciato con Emons la collana *Audiolibri*, che visto il successo sta avendo un seguito. Mentre dal 2010 Feltrinelli ha pubblicato in coedizione con Emons oltre quaranta bestseller del proprio catalogo. Il segreto secondo il direttore editoriale di Emons Sergio Polimene è nel «saper scegliere la voce in base al sapore del testo».

La voce, appunto. La tecnologia riporta in auge l'oralità e il fascino delle storie dell'infanzia. Chi era piccolo tra gli anni Sessanta e Settanta ricorderà le fiabe sonore *A mille ce n'è*, che Fabbri ha ripubblicato. Si metteva il 45 giri nel mangiadischi e via: *A mille ce n'è nel mio cuore di fiabe da narrare...* Ma non è solo una questione nostalgica. Dodici anni fa il progetto è stato adattato ai ritmi del nuovo millennio dal digital publisher GOODmood, grazie all'idea delle *Fiabe in auto* di Paola Ergi: «Tutte di quindici minuti, perfette per il tragitto casa-scuola». Audible, la società Amazon leader nella produzione e distribuzione degli audiobook digitali fondata a New York vent'anni fa, è nata da un'idea altrettanto concreta di Donald Katz, che dopo anni di jogging a Central Park con un lettore di cassette in tasca ha pensato a un modo pratico di portarsi dietro i libri. Nel 1997 ha inventato il primo lettore audio digitale al mondo. In Italia Audible è sbarcata da un anno e mezzo e oggi è guidata da Marco Azzami. La stessa Emons ha dato in distribuzione il suo catalogo sulla sua piattaforma. L'abbonamento mensile ad Audible (9,99 euro) dà accesso illimitato al catalogo. Per iscriversi basta scaricare l'app. Il successo si calcola in tempo di ascolto: nel 2016 sono state 2,5 miliardi le ore d'ascolto nel mondo e diciotto i titoli ascoltati in un anno mediamente da ciascuna utente, con una media di otto ore e mezzo al mese. Tantissimi se si pensa che più della metà della popolazione non legge un libro all'anno. L'ultima frontiera sono le collane: *Harry Potter*, la serie thriller *Lovers Hotel e X Files*.

Un audio-best seller può vendere fino a ventimila copie, come il cd di *Orgoglio e pregiudizio* (Emons). Oggi esiste un catalogo Audible degli speaker e non è escluso che qualcuno scelga la voce (sensuale, melodica, misteriosa?) senza aver idea del libro. Ma i bestselleristi sono sempre gli stessi. Nella hit del gruppo Mondadori, che da aprile ha messo i propri audiolibri digitali su Audible, ci sono Valerio Massimo Manfredi e Massimo Carlotto. Oltre a Geronimo Stilton (letto da Geronimo Stilton). Ma chi compra audiolibri? Per il 43 per cento gli stessi che leggono i libri cartacei. È la riscoperta di un piacere infantile, quello che Alberto Manguel ricordava legato alla bambaia che gli leggeva le storie terribili dei fratelli Grimm. Il presente è un robot di nome Alexa. Si ordina su Amazon. La sera può leggerci un libro per farci addormentare. ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA