

Attualità

E-BOOK

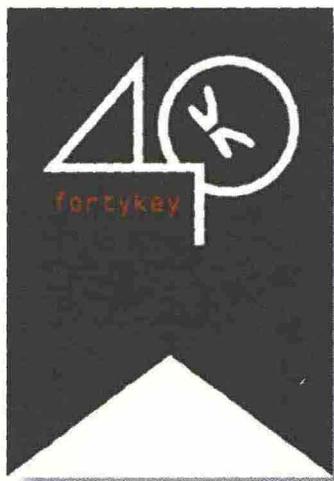
Nasce ebookconsortium

Il Polo Scientifico e Tecnologico Vega di Venezia, l'Università Iuav di Venezia, le case editrici Garamond, Guaraldi e Cafoscarina, le librerie on line Librazioni e Medialibrary-Online di Horizons di Bologna hanno costituito un consorzio italiano, basato sulla partnership pubblico-privato, per la ricerca, la sperimentazione e la produzione di contenuti digitali ed e-book per la scuola, l'università e le professioni.

Il Consorzio si propone come polo di promozione culturale e di sviluppo imprenditoriale, oltre che centro di formazione e consulenza, sul tema del libro digitale. (C. Mussinelli)

40K di e-book

È partita da fine luglio 40K, casa editrice specializzata nella pubblicazione di racconti brevi in versione digitale, di DigitPub. Caratteristica sarà quella di offrire titoli in più lingue (come ad esempio italiano, inglese, francese, portoghese, spagnolo). Direttore responsabile è Giuseppe Granieri.



Una quindicina i primi titoli disponibili sul sito www.40kbooks.com; i primi autori pubblicati sono Andre Vianco, Bruce Sterling, Dario Tonani, Derrick de Kerckhove, Giovanni De Matteo, Helena Gomes, Jacob Appel, Kristine Rusch, Máximo Chehin, Mike Resnick, Paul Di Filippo, Peter Ludlow, Rhys Hughes, Thierry Crouzet, Tom Stafford.

I prezzi vanno da 2,99 a 3,99 euro e i titoli sono acquistabili su BookRepublic, il sito di vendita di e-book recentemente lancia-

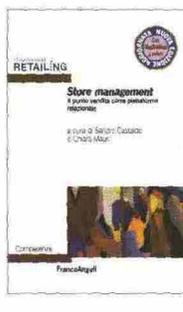
LIBRO DEL MESE

Un po' di pagine più avanti si parla del fatto che le librerie di catena hanno «sorpasato» – per la prima volta nella storia dell'editoria italiana – le librerie a conduzione familiare. Certo in questo «sorpasso» c'è molto delle politiche aggressive di prezzo che le prime (e la Gdo e le librerie on line) portano avanti, potendoselo permettere, a svantaggio delle seconde. C'è il cambiamento del mercato immobiliare. Ci sono spostamenti di librerie da un settore all'altro allestite dalla formula del franchising.

Ma diciamo la verità, c'è anche poca attenzione verso le trasformazioni del consumatore, quasi che il lettore e il frequentatore della libreria non sia poi la stessa persona che frequenta i negozi Geox, Diesel, elitaly, Sephora, Gammestop, Bershka, ecc. Cioè alcuni dei nuovi format del consumo.

Ecco, *Store management*, senza essere un manuale per i librai (li può aiutare a capire cosa sta avvenendo nella vetrina accanto, due traverse più in là. Soprattutto il fatto che i negozi – ma perché la libreria no? – per rispondere alla più intensa concorrenza pongono in essere comportamenti strategici che costituiscono veri e propri attivatori di una piattaforma relazionale. La ricerca di complementarità (cito) sia sul piano funzionale sia su quello valoriale, la tendenza a estendere la propria attività a quella della produzione e commercializzazione di servizi, la maggiore attenzione alla dimensione valoriale dello shopping, assieme alle potenzialità offerte dal Web 2.0 costituiscono risposte alla concorrenza e vettori di sviluppo di nuove funzioni del punto vendita.

Si segnalano, alla fine, quattro pagine su come Feltrinelli ha riorganizzato il suo assortimento migliorando la gestione dello stock. (G. Peresson)



Sandro Castaldo, Chiara Mauri (a cura di), *Store management. Il punto vendita come piattaforma relazionale*, Milano, Franco Angeli, 2010