

## Kindle può diventare l'iPod dei libri elettronici

Il libro elettronico non è un concetto recente ma, sino a ora, ogni tentativo di proporre un lettore di e-book sul mercato è sempre fallito. Kindle, il lettore lanciato da Amazon lo scorso novembre, ha segnato il punto di svolta. Kindle ha le dimensioni di un libro tascabile e due formidabili elementi di forza. Primo, la possibilità di scaricare un libro in modalità wireless in pochi minuti attraverso la rete gratuita Evdo (detta WhisperNet) di Amazon. Secondo, lo sterminato catalogo di titoli di Amazon. In una stazione, un albergo o un bar, o anche prima di dormire, si può selezionare on-line un Kindle-book dai 160 mila attualmente disponibili su Amazon, pagare un prezzo medio di 10 dollari, scaricarlo in pochi minuti e iniziare la lettura. Si può anche disporre gratuitamente di un estratto del libro prima di acquistarlo. Amazon pubblica ogni mese 25 mila nuovi Kindle-book, in pratica quasi tutti i nuovi titoli. Con Kindle è possibile accedere a un blog o abbonarsi a giornali come il *New York Times* o il *Washington Post* e visualizzarli in formato Kindle. Il prezzo di Kindle è di 359 dollari, in diminuzione rispetto ai 400 iniziali. Il costo di Kindle, o di prodotti simili,

è destinato a scendere o ad azzerarsi nel tempo, in quanto il vero business è l'acquisto dei libri elettronici. Maggiore è il numero di Kindle in circolazione, maggiore il numero di Kindle-book venduti da Amazon. Kindle può memorizzare circa 200 libri sui quali si possono riportare

appunti, sottolineature, evidenziazioni. La libreria elettronica che ciascuno può crearsi non ha però limiti: è possibile infatti trasferire un libro da Kindle in uno spazio virtuale personale reso disponibile da Amazon, appunti compresi. A oggi sono stati venduti circa 300 mila Kindle. Se il word processor ha segnato la fine delle macchine da scrivere, in futuro si potrà dire altrettanto per Kindle e per i suoi successori nei confronti dei libri e dei giornali. Questa previsione ha delle basi economiche semplici e certe. Il prezzo dei libri e dei giornali digitali è destinato a diminuire rapidamente. Il costo di un libro elettronico è, già oggi, circa la metà della sua edizione economica cartacea e, in pochi anni, scenderà ancora di molto. Lo stesso vale per il prezzo dei quotidiani. Con l'editoria elettronica, inoltre, le spese di spedizione vengono annullate e, come avviene per Amazon Kindle, la stessa connessione per il trasferimento del libro può essere gratuita. Nel 2008 i testi in formato Kindle hanno rappresentato il 12% dei libri venduti da Amazon, considerando sia quelli in formato digitale sia quelli in formato cartaceo. Si stimano 500 milioni di dollari di ricavi per Kindle nel 2010, includendo sia i lettori di e-book sia i libri acquistati. Il percorso seguito da Amazon con Kindle è simile a quello di Apple con il suo iPod per l'acquisto di brani musicali on-line. Il successo della Apple nel 2001, il suo primo anno, con 360 mila iPod può essere superato da Amazon. Sony ha perso la sua sfida con Amazon nel settore dell'editoria elettronica pur avendo lanciato un anno prima Reader, un prodotto simile a Kindle ma senza la gamma di Amazon e la possibilità di comprare un libro ovunque ci si trovi. Le due regole d'oro del commercio elettronico, gamma e collettività (veloce e garantita), sono la base del successo di Kindle. Amazon sta progettando Kindle 2.0 per il 2009: sarà più piccolo, leggero, con uno schermo più grande e un design più elegante. È probabile anche l'uscita di un Kindle per studenti, detto College Kindle, con funzionalità e modalità di accesso disegnate in modo specifico e la possibilità di includere contenuti multimediali. La scorsa settimana Amazon ha pubblicato in anteprima le biografie delle due candidate first lady, Michelle Obama e Cindy McCain. Per ora solo su Kindle. (riproduzione riservata)

*Il sistema messo a punto da Amazon riscuote successo grazie alla connettività gratuita e al catalogo di titoli*

