

La casa editrice investe sui nuovi media con contenuti a pagamento e gratuiti. E apre al design

Editoria tecnica, Maggioli è tablet

Più app per i professionisti e siti per la pa. Il fisco? Su ebook

DI MARCO A. CAPISANI

Strada a tre corsie per lo sviluppo della **Maggioli** Editore: siti internet e newsletter a pagamento per i professionisti della pubblica amministrazione (pa) da un lato e, dall'altro, applicazioni iPhone, iPad e Android per i liberi professionisti con un occhio di riguardo ad architetti, ingegneri e geometri, le categorie più cresciute nel 2010. La terza via è quella di entrare in settori non ritenuti strategici ma comunque affini al business della casa editrice come design, architettura e illuminotecnica. Settori questi ultimi, a cui sono stati dedicati nuovi siti web e in un anno hanno generato da soli mezzo milione di ricavi pubblicitari.

«Nel 2011 puntiamo su internet con il lancio di nuovi siti sia in aree nuove sia nelle nostre tradizionali aree d'interesse», come aziende, manager ed enti locali, spiega a *ItaliaOggi* **Paolo Maggioli** amministratore delegato dell'omonimo gruppo. «Arriveranno poi nuove applicazioni per tablet e iPad. Non trascureremo le pubblicazioni cartacee, che continuano a crescere, soprattutto nel settore dei libri. Ma l'obiettivo 2011 è far sì che i new media inizino a rendere quanto la carta. Spesso online si registrano un buon numero di pagine viste, ma non è detto che questo trend si traduca in fatturato o generi una raccolta pubblicitaria sufficiente. Per questo, noi non crediamo nei contenu-

ti gratuiti», ha sottolineato **Maggioli**. «I nostri lettori non hanno particolari remore a pagare per informarsi, se il prodotto editoriale è ben fatto». Il primo ebook della casa editrice puntava sulle novità fiscali e ha venduto nelle prime due settimane 400 copie a 15 euro l'una. A oggi l'80% dei ricavi della **Maggioli** Editore, che ha chiuso il 2010 con ricavi a +3% pari a 22 milioni di euro, proviene dalla carta mentre il restante 20% dalla rete.

L'anno scorso, le vendite dei contenuti tradizionali dedicati ai professionisti sono cresciuti del 5%, quelle per la pubblica amministrazione sono rimaste stabili, mentre internet per la pa ha aumentato il fatturato dell'8%. Le applicazioni per tablet pensate per i professionisti sono nate nel 2010.

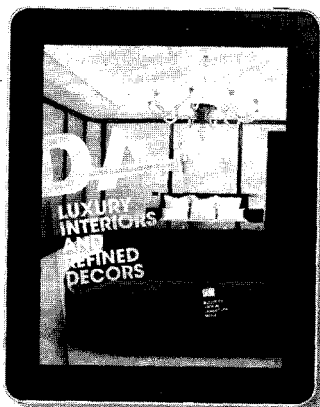
«Non esiste una strada predefinita per chi vuole abbinare i new media al prodotto editoriale tradizionale», ha aggiunto l'a.d. del gruppo che ha archiviato lo scorso esercizio con un giro d'affari su del 5% a quota 115 milioni di euro. «Noi vogliamo portare gradualmente verso il web tutte le nostre testate cartacee, anche perché tendono a calare gli abbonamenti alle riviste, eccezion fatta per libri e instant book. Portali e newsletter sono invece in fase di espansione. Per entrare nei settori in cui non siamo ancora presenti, iniziamo con l'avvicinarci a piccoli editori di nicchia diventandone soci, talvolta di maggioranza». Così è stato rilevato nel 2000

il portale www.comuni.it o di recente www.fiscoetasse.com, che nelle intenzioni aziendali raddoppierà quest'anno il fatturato fino a quota un milione

di euro, grazie ai 50 mila visitatori giornalieri, agli 11 milioni di accessi annuali e ai 150 mila iscritti alle newsletter.

Al momento solo le applicazioni delle riviste tradizionali, lanciate un anno fa, sono gratuite. Ne è solo un esempio *DA Design & Architecture*, applicazione gratuita su iPad dedicata al mondo dell'architettura e dell'arredo del lusso che, nella versione in cirillico, è stata tra le più scaricate in Russia con 1.650 download e, nella traduzione inglese, ha raggiunto il 3° posto della classifica Usa con 2.100 download internazionali. «Sono gratuite anche le notizie di leggioggi.it, quotidiano online d'informazione giuridica nato sulla falsariga di un blog», ha precisato **Maggioli**. «L'offerta di contenuti free è funzionale a posizionarci in settori online in cui non disponevamo di testate di riferimento».

I primi passi del 2011 riguarderanno il rafforzamento del sito a pagamento dedicato agli appalti e la creazione di un sito gratuito dedicato alla polizia municipale, «gratuito perché la materia non consente molti aggiornamenti», ha concluso il manager. «Se nel primo bimestre dell'anno in corso, tra carta e web, i ricavi sono aumentati del 7%, vogliamo confermare questa tendenza nei mesi successivi, puntando sempre di più su libri cartacei e internet trasversale a siti e applicazioni».



L'app gratuita di DA Design & Architecture

