

LUISA CAPELLI

I MERCATI DIGITALI: DA ATOMI A BIT

**Economia e gestione delle imprese editoriali
a.a. 2021-22**

LE CRITICITÀ DELLA FILIERA EDITORIALE TRADIZIONALE

Nel sistema di creazione del valore
dell'editoria libraria tradizionale
sono presenti
importanti **criticità**
nei processi di distribuzione
e informazione

LE CRITICITÀ DELLA FILIERA EDITORIALE TRADIZIONALE



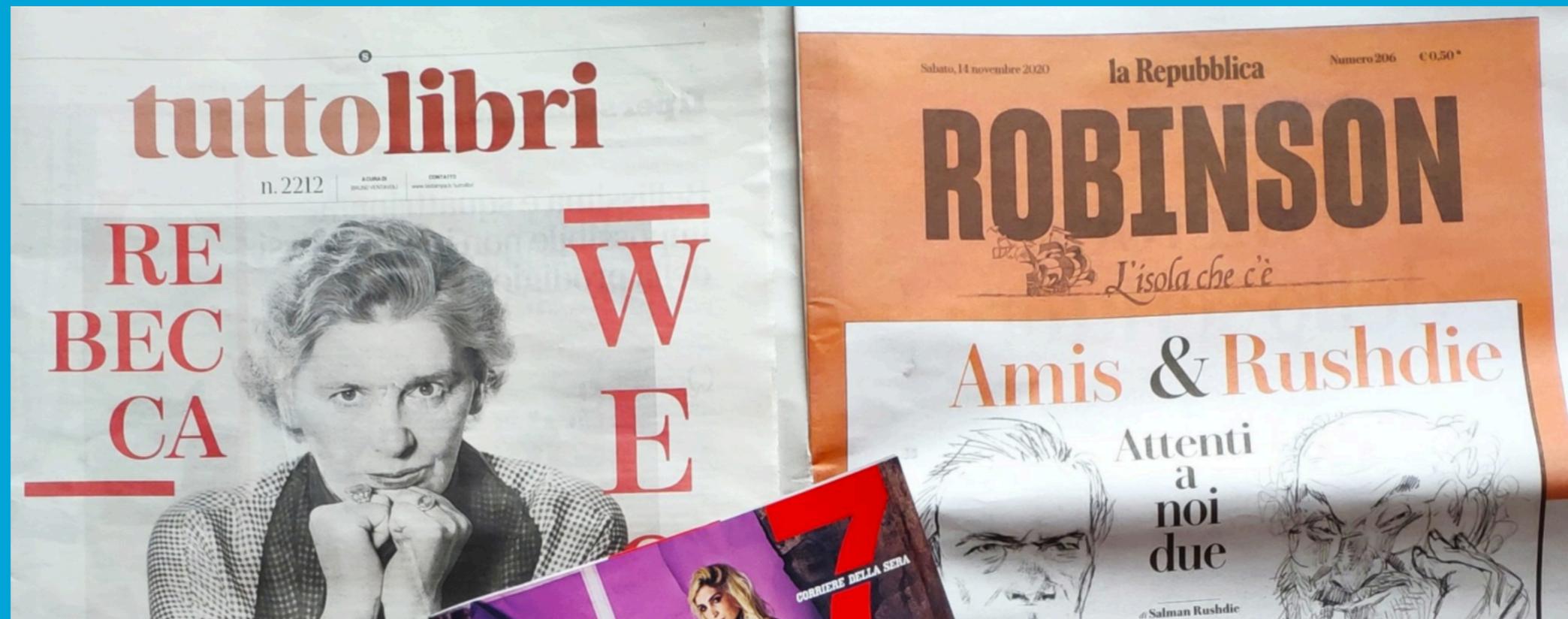
1. Lo **spazio** è estremamente **limitato**: gli scaffali delle librerie sono minuscoli rispetto alla quantità dei libri pubblicati

LE CRITICITÀ DELLA FILIERA EDITORIALE TRADIZIONALE



2. La logistica ha costi molto alti e incerti:
spostamenti di molte merci verso
numerosi punti vendita,
con scarsi esiti positivi

LE CRITICITÀ DELLA FILIERA EDITORIALE TRADIZIONALE



3. L'informazione sui libri è anch'essa limitata:
pochi spazi disponibili e molti libri di cui parlare

SCRIVONO PER NOI

o Augias	Mariarosa Mancuso
Bergonzoni	Stefano Massini
io Gnoli	Susanna Nirenstein
o Maggiani	Valeria Parrella



DA ATOMI A BIT



Ma se distribuzione
e vendita si spostano
nel web?

E i prodotti, da analogici,
divengono digitali?



LA CODA LUNGA

CHRIS ANDERSON IDEAS 10.01.2004 12:00 PM

The Long Tail

Forget squeezing millions from a few megahits at the top of the charts. The future of entertainment is in the millions of niche markets at the shallow end of the bitstream.



Chris Anderson nell'articolo pubblicato su “Wired” nel 2004 individua e spiega il funzionamento della **Long Tail**

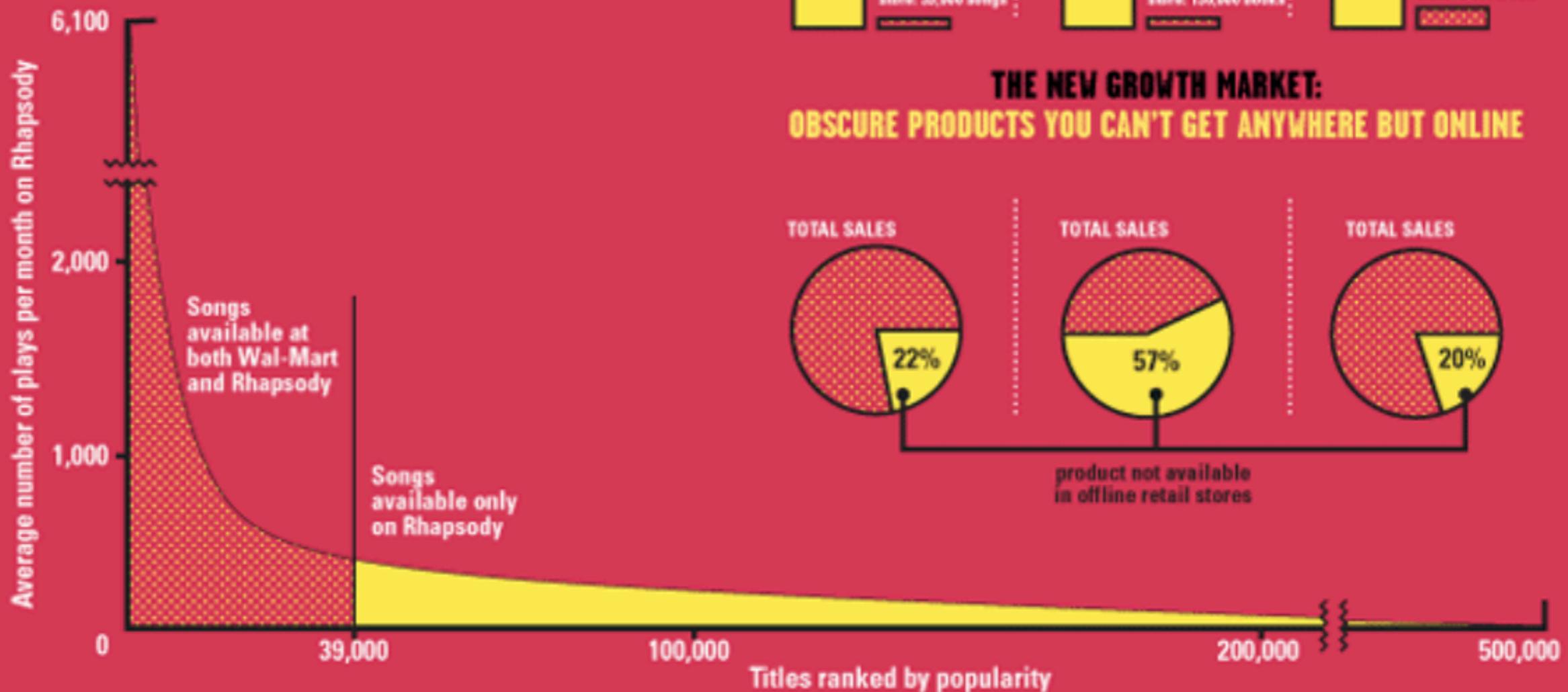
“Dimentica di spremere milioni da pochi megahit in cima alle classifiche. Il futuro dell'intrattenimento è nei milioni di mercati di nicchia alla fine del bitstream.”

LA CODA LUNGA

Anderson studia tre casi in particolare:

ANATOMY OF THE LONG TAIL

Online services carry far more inventory than traditional retailers. Rhapsody, for example, offers 19 times as many songs as Wal-Mart's stock of 39,000 tunes. The appetite for Rhapsody's more obscure tunes (charted below in yellow) makes up the so-called Long Tail. Meanwhile, even as consumers flock to mainstream books, music, and films (right), there is real demand for niche fare found only online.



LA CODA LUNGA

Cosa succede al mercato dei documentari se vengono distribuiti e venduti online?

THE DOCUMENTARY NICHE GETS RICHER

More than 40,000 documentaries have been released, according to the Internet Movie Database. Of those, Amazon.com carries 40 percent, Netflix stocks 3 percent, and the average Blockbuster just .2 percent.



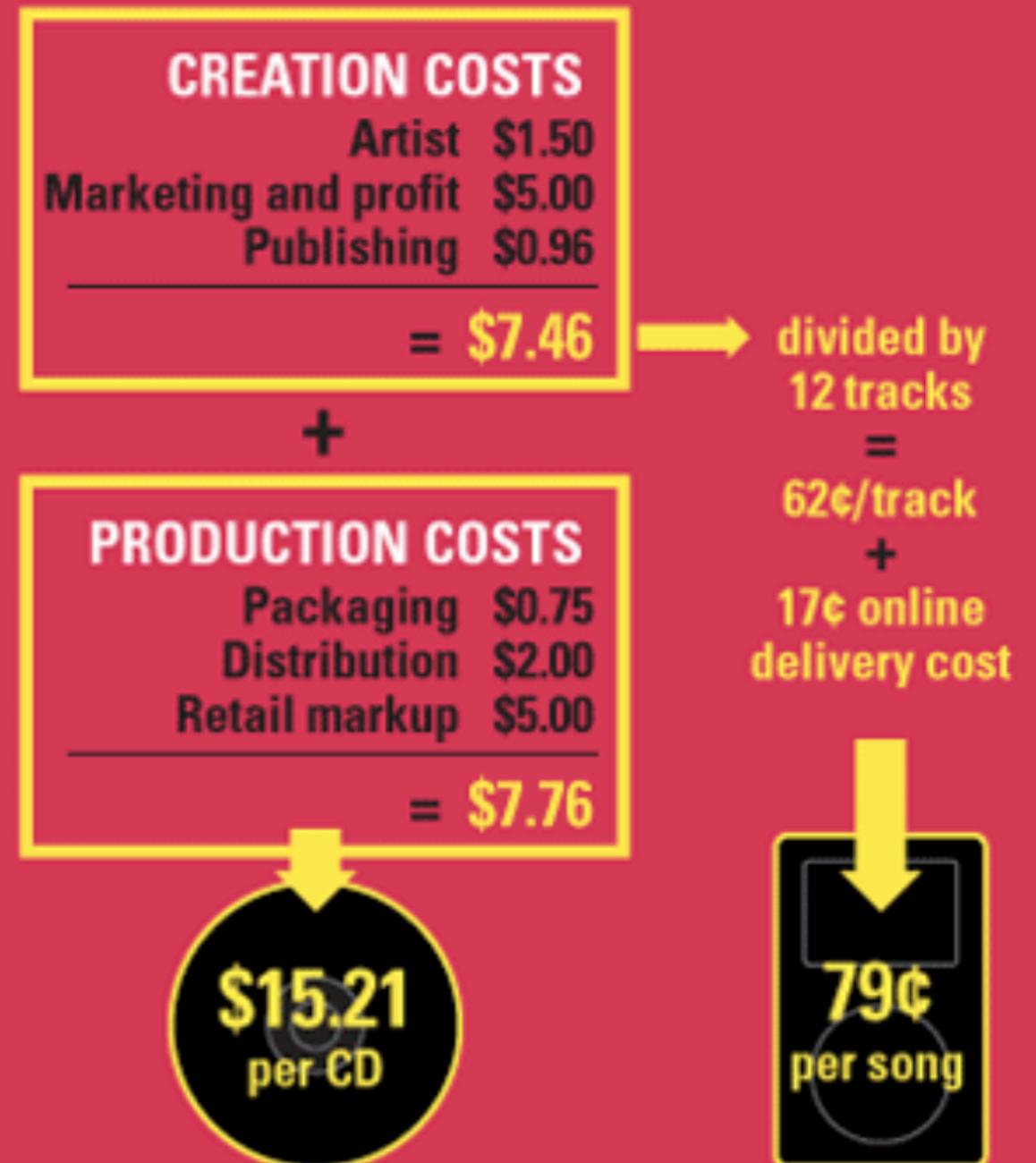
Sources: Amazon.com; Internet Movie Database; Netflix; *Wired* research

LA CODA LUNGA

Cosa succede al mercato della musica se i brani vengono venduti online e singolarmente, anziché “impacchettati” in album e CD per essere venduti in negozi di calce e mattoni?

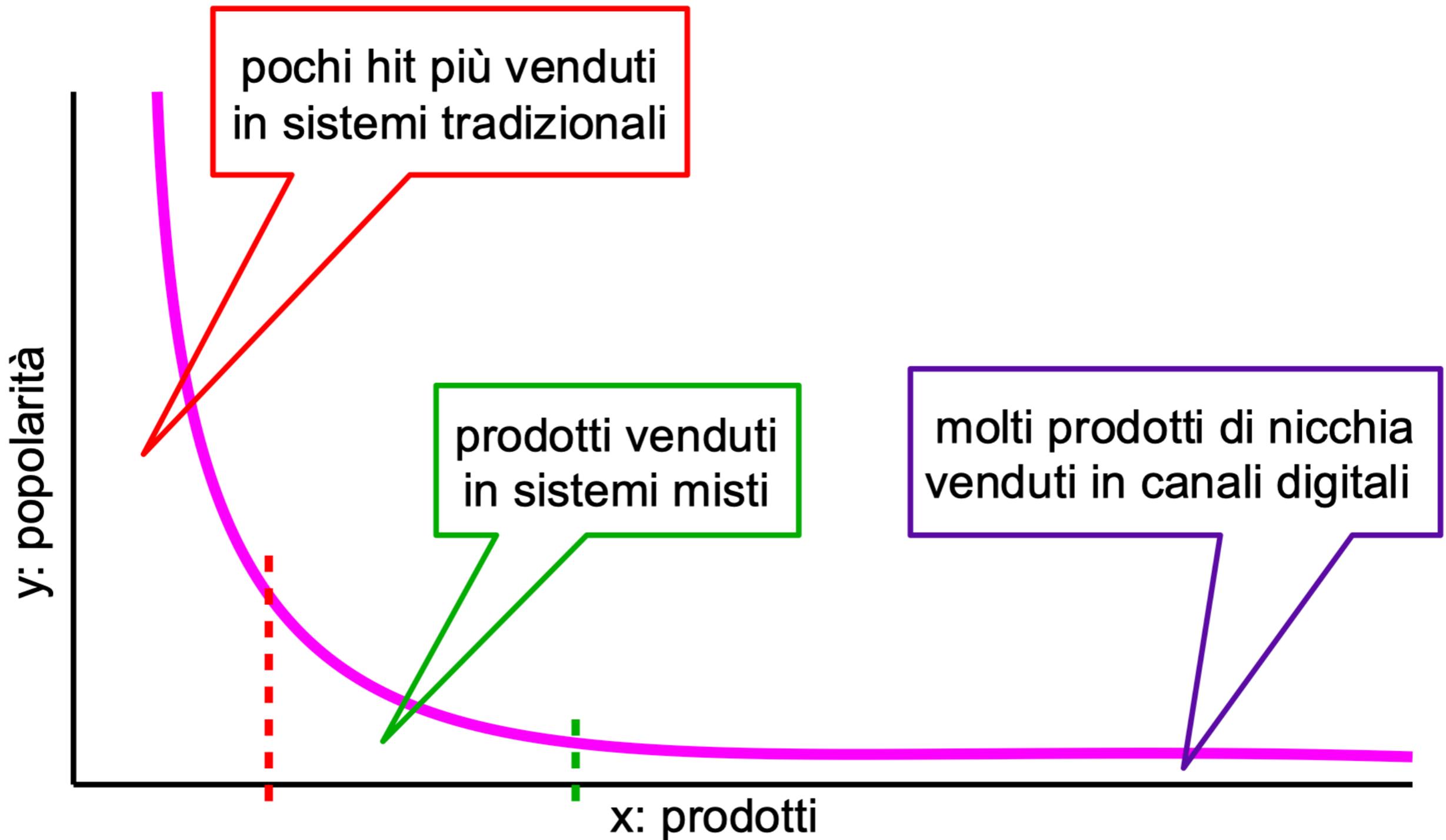
THE REAL COST OF MUSIC

Online music services don't incur packaging, distribution, and retail fees – and they should charge accordingly.



Source: Jonathan Daniel and Joe Fleischer, Crush Music Media Management

LA CODA LUNGA



LA CODA LUNGA

La coda lunga è divenuta rapidamente accessibile attraverso:

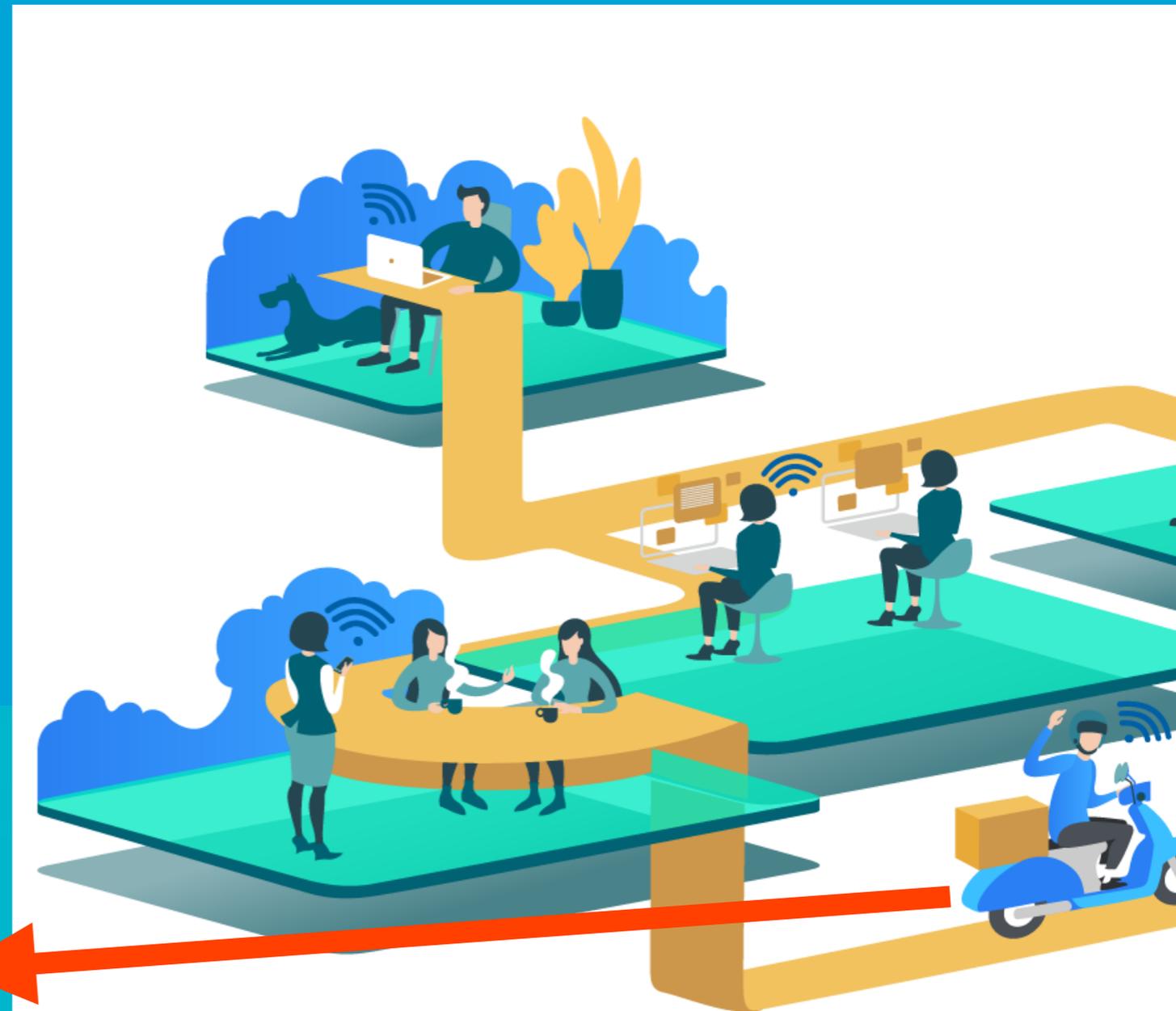
1. “democratizzazione”
dei mezzi di produzione
(con il pc si moltiplicano
autori di video, audio,
testi)



LA CODA LUNGA

La coda lunga è divenuta rapidamente accessibile attraverso:

2. “democratizzazione”
della distribuzione
(taglio dei costi
e dei prezzi)



LA CODA LUNGA

La coda lunga è divenuta rapidamente accessibile attraverso:

3. nuovo rapporto tra offerta e domanda (i consumatori arrivano in fondo alla coda)



LA CODA LUNGA

**Esistenza e composizione della coda lunga
nei mercati digitali**

portano a ripensare la regola dell'80/20

**un principio efficace in contesti di scarsità
che non funziona nel mondo dei bit**

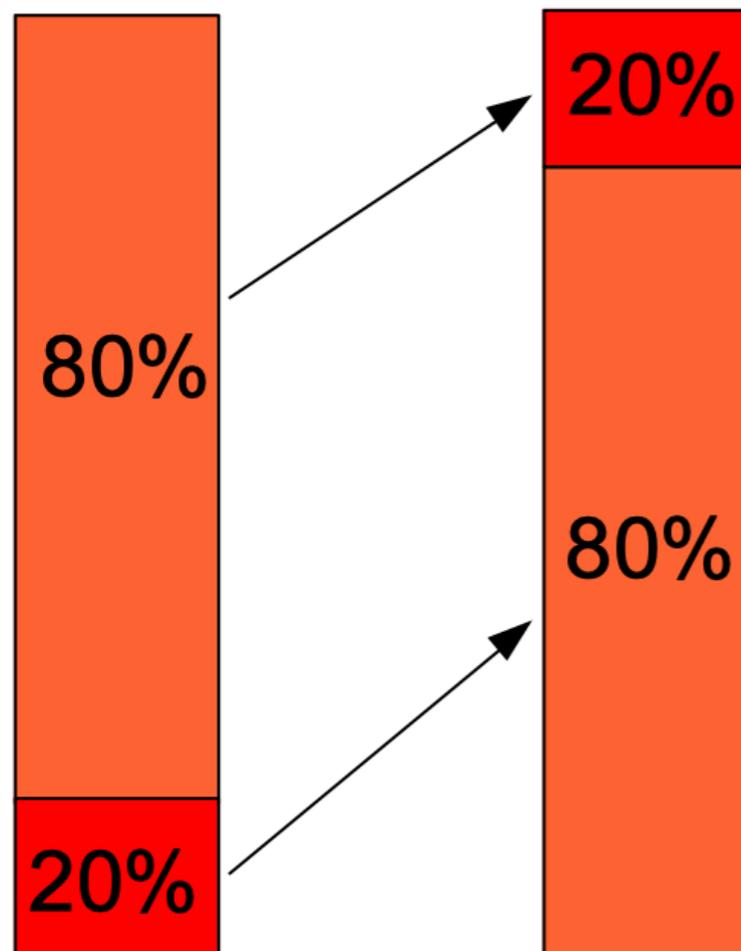
IL PRINCIPIO DI PARETO O REGOLA DELL'80/20

VILFREDO PARETO (1848-1923)

la maggior parte degli effetti è dovuta a un numero ristretto di cause

popolazione

ricchezza

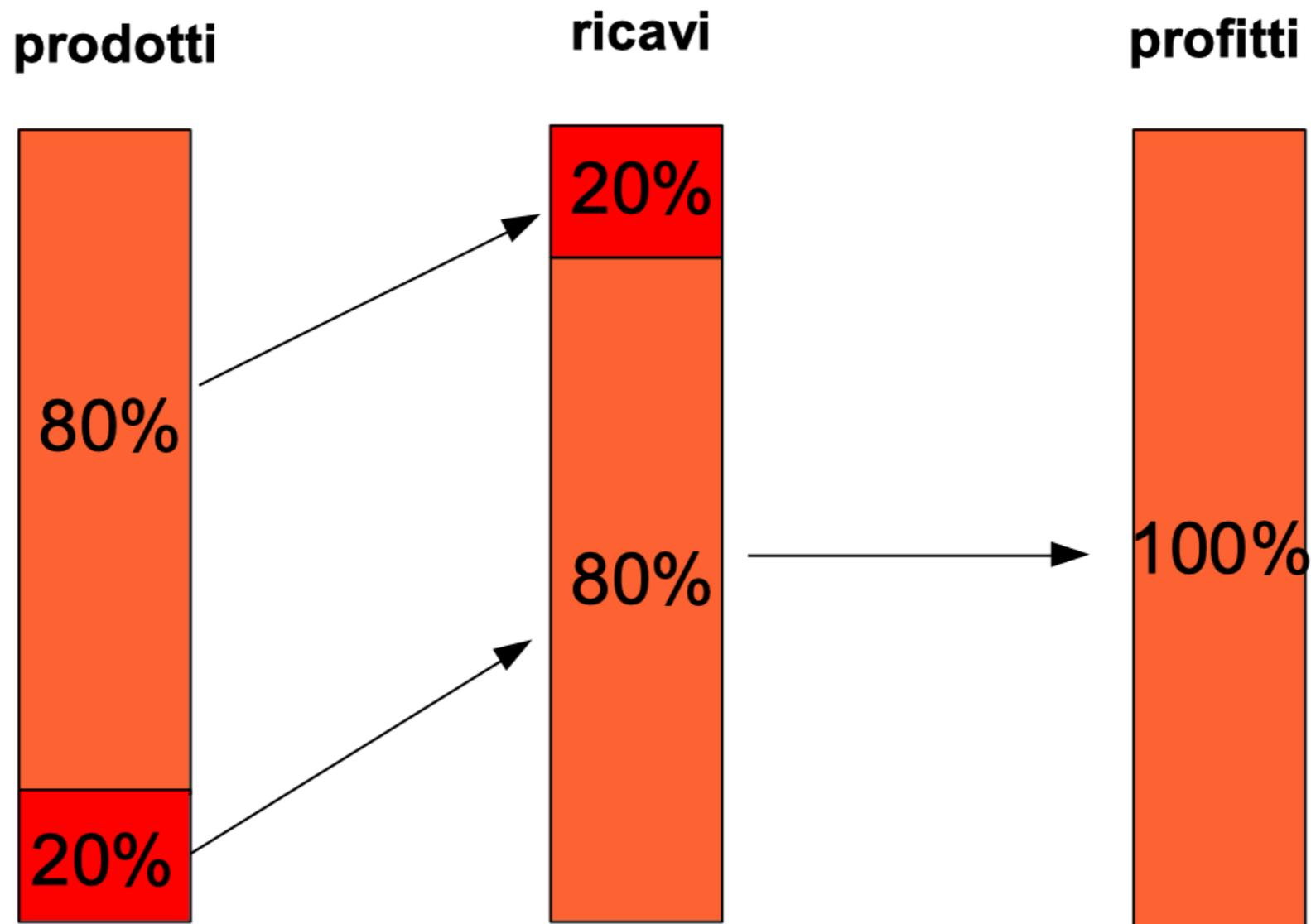


es. di campi in cui viene applicato:

- **economia**
(es: distribuzione reddito)
- **linguistica**
(es: diffusione lemmi)
- **demografia**
(es: concentrazione popolazione)

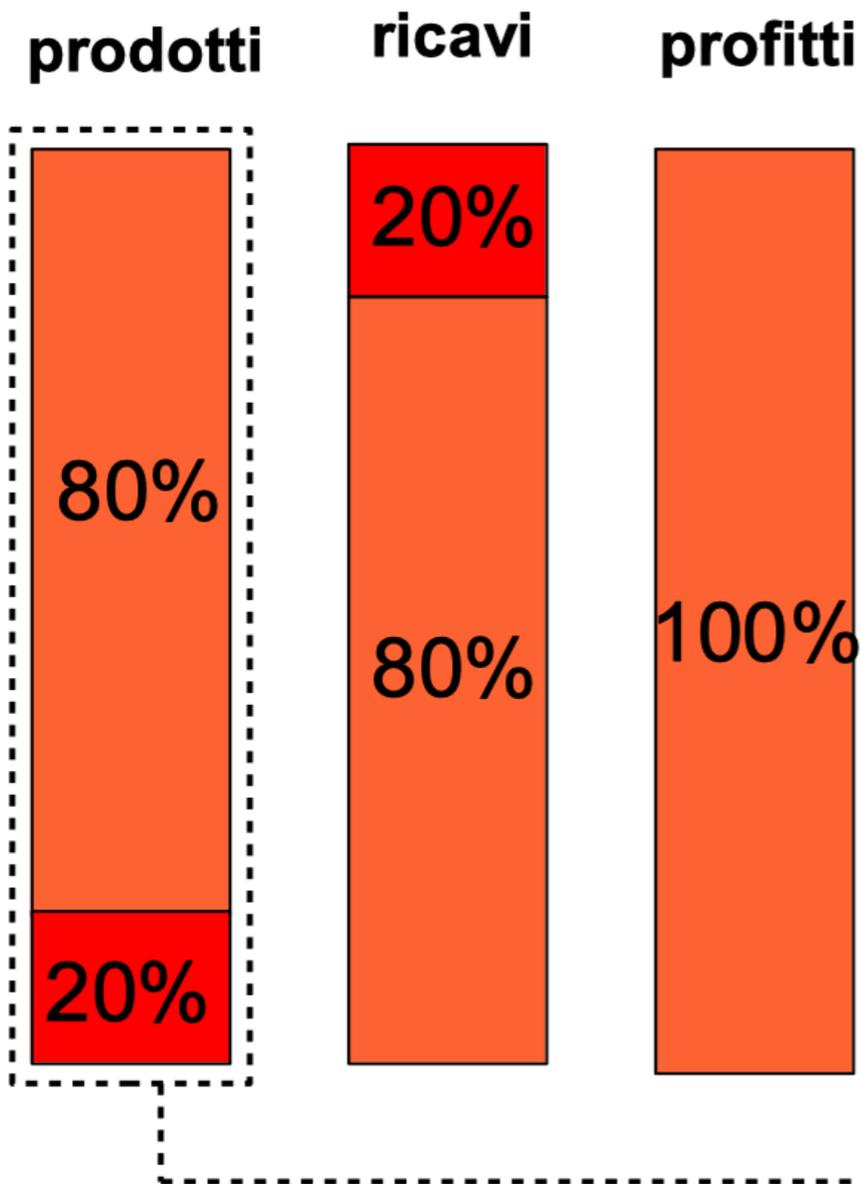
IL PRINCIPIO DI PARETO O REGOLA DELL'80/20

rivenditore in atomi (libreria tradizionale)

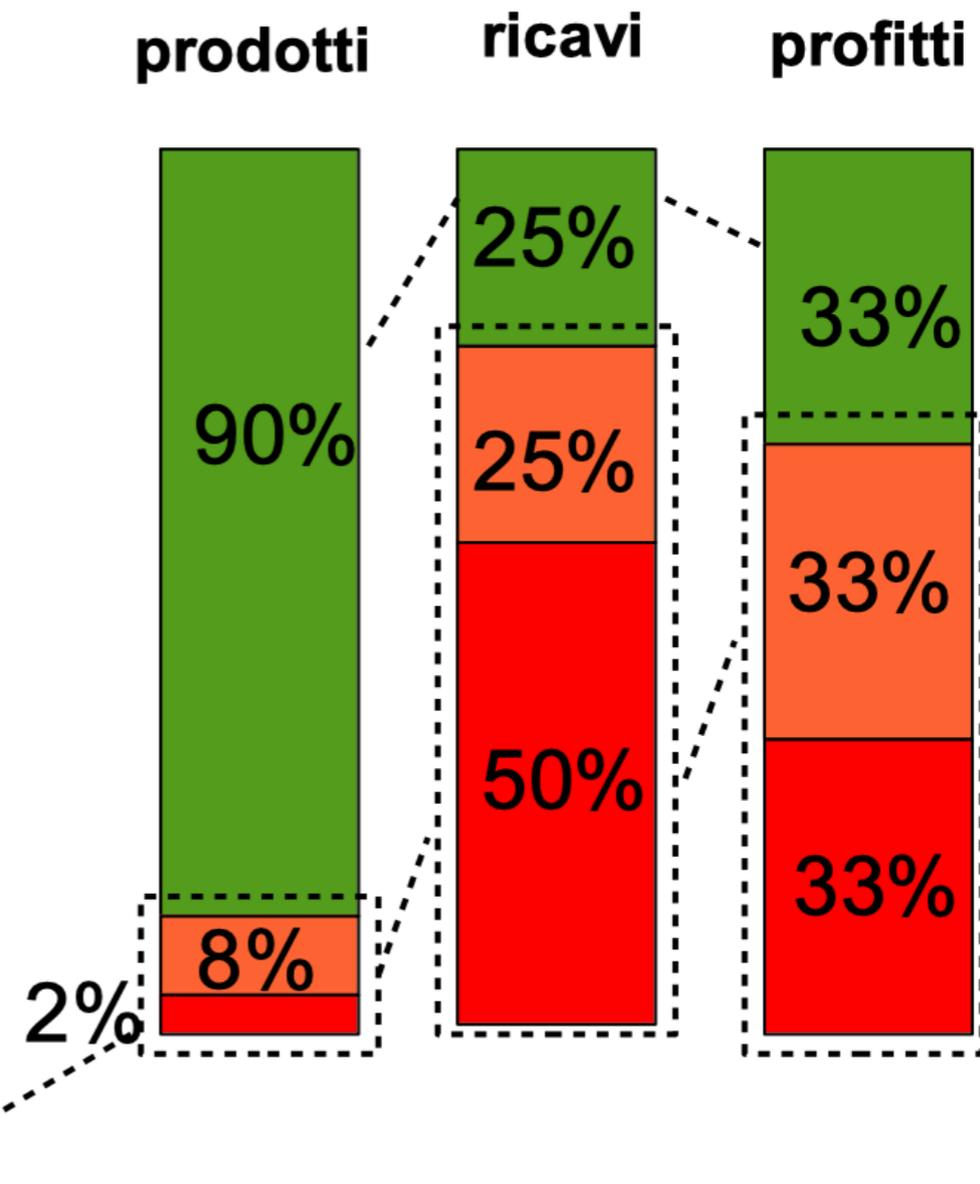


DALLA SCARSITÀ ALL'ABBONDANZA

rivenditore in atomi
inventario solo fisico



rivenditore della coda lunga
inventario solo on line



LA CODA LUNGA

- * rende evidente l'esistenza di molti più prodotti di nicchia che hit
- * i costi per raggiungere queste nicchie si stanno riducendo sempre più
- * i “filtri” orientano la domanda verso la coda
- * se la varietà aumenta molto la curva di domanda si appiattisce ma non arriva mai a zero
- * i prodotti di nicchia sono così tanti che tutti insieme possono competere con gli hit
- * si manifesta una nuova forma della domanda, non distorta dagli imbuti distributivi, informativi e dalla limitazione degli spazi fisici

USARE LA CODA LUNGA È QUINDI LA SOLUZIONE?

Quando e chi riesce a “usare” la coda lunga lo vedremo nel secondo semestre...

Ma ricordiamo che:

- ★ la coda lunga funziona solo quando i prodotti della coda sono davvero molti (potenzialmente illimitati);
- ★ pochi soggetti sono in grado di proporre tali enormi quantità di prodotti;
- ★ ancora meno sono in grado di attivare tutti i sistemi per raggiungere la coda.