

TRADE

interactive multimedia

Il mensile per tutti gli operatori del settore

Maggio 1997

Inchiesta
Servizi,
assistenza, qualità:
la parola al trade

Fiere
Futurshow:
nel mare
della tecnologia

**TANTI CANALI PER
RADICARSI NEL MERCATO**

Intervista a Marco Ugolini, direttore generale di CD Medialine



TANTI CANALI PER RADICARSI NEL MERCATO

A più di un anno di distanza torniamo a parlare con Marco Ugolini, direttore generale di CD Medialine e Ariete Telemedia, per fare un primo bilancio sull'attività delle due società, gettare uno sguardo ai progetti futuri e fare il punto sull'attuale situazione del mercato multimediale

**a cura di
Andrea Minoglio**

Da direttore marketing, nel dicembre dell'anno scorso Marco Ugolini è diventato direttore generale di CD Medialine e Ariete Telemedia, le due società di editoria elettronica che fanno capo al gruppo **Ariete Salute**, per cui conserva anche la direzione marketing delle tre testate **Corriere Medico**, **Doctor** e **Doctor Pediatria**. Il gruppo Ariete Salute fa capo allo stesso gruppo aziendale di Film Tv e del nuovissimo progetto editoriale **È Soprattutto**, nuovissimo *news magazine* in vendita in questi giorni con importanti quotidiani. Nel marzo dell'anno scorso, quando lo avevamo intervistato la prima volta, ci aveva detto come, per riuscire in questo mercato, fosse più che mai cruciale segmentare la distribuzione su più canali,

cercando di andare incontro alle esigenze di ciascuno. A più di un anno di distanza, quindi, abbiamo voluto fare un primo bilancio di questa esperienza editoriale. Ecco come è andata.

Marco Ugolini: «C'è stata un'evoluzione piuttosto marcata secondo le direttrici che allora avevamo prefigurato. Credo che, come tutti gli editori del settore, abbiamo un po' scontato alcune difficoltà a livello produttivo e di programmazione delle uscite, soprattutto per la complessità e la varietà di contenuti e competenze che la realizzazione di un titolo multimediale comporta.

Sul mercato nazionale, in ogni caso, un'iniziativa molto importante è stata l'entrata in edicola utilizzando una *joint venture* con L'Unità con una serie di CD-ROM, dedicati alla Storia Universale, venduti a parte al prezzo di L. 30.000. I primi due, già usciti nei mesi di novembre e dicembre dell'anno scorso, riguardavano rispettivamente la storia politica e sociale dell'uomo dall'inizio dei tempi ai giorni nostri e la storia dell'arte; a questi faranno seguito la storia del pensiero letterario e quella del pensiero filosofico-scientifico. È stata un'iniziativa che ci ha richiesto molti sforzi perché, pur sfruttando le nostre banche dati, abbiamo realizzato due titoli completamente originali in tempi veramente proibitivi: un mese! Lo sforzo è stato però premiato, visto che i primi due prodotti sono andati decisamente bene. Questa operazione ha dato un po' più di vigore, anche in termini di ritorni economici, a quella che era la nostra idea di partenza di cercare di toccare un po' tutti i canali possibili. Per un editore è essenziale potersi garantire un *cash flow* tale da



Marco Ugolini, direttore generale di CD Medialine e Ariete Telemedia

consentire, non tanto di guadagnare, ma di reinvestire in modo da poter consolidare realmente nel tempo la propria presenza sul mercato; e, oggi come oggi, luno dei canali più adatti a garantire questo *cash flow* è proprio l'edicola. Attualmente abbiamo una decina di titoli a catalogo sia per CD Medialine che per Ariete Telemedia, più cinque o sei in arrivo per quest'anno. Senza enfasi, credo che sia uno tra i più importanti cataloghi italiani di titoli autoprodotti e non solamente localizzati e commercializzati».

Quali sono, invece, tra i canali distributivi tradizionali, quelli su cui avete puntato di più?

Marco Ugolini: «Ovviamente i computer shop, ma anche e soprattutto le librerie, viste le caratteristiche e i contenuti editoriali dei nostri prodotti. Per noi rimane sempre altamente strategico continuare