



L'indagine
Le vendite dei libri
crescono del 47%
di **Ida Bozzi**
a pagina 40

I numeri L'indagine sui consumi culturali ai tempi di Covid-19 presentata da **BookCity Milano**, Intesa Sanpaolo e Aie

Libri, si vola: +47% di vendite

Il mercato cresce sul 2020 e va anche oltre i livelli pre pandemia. Boom dei podcast

di **Ida Bozzi**

In Italia qualcosa sta cambiando, e parecchio, nei consumi culturali. Lo dicono i dati Aie: le vendite di libri di varia sono cresciute del 47 per cento nei primi cinque mesi del 2021 rispetto allo stesso periodo del 2020, e del 19 per cento rispetto ai primi cinque mesi di un anno senza pandemia come il 2019. Nessuno pronuncia la parola, ma forse si può parlare di boom per un mercato che in quest'anno e mezzo di pandemia è cambiato molto, tra sostegno pubblico al libro, ascesa delle librerie online, crescita di ebook e altre forme (anche audio) di fruizione del libro, forme innovative di vendita anche per le librerie fisiche (dichiarate beni essenziali).

Un panorama positivo emerso ieri dalle indagini presentate nell'incontro online *I consumi culturali ai tempi di Covid-19*, organizzato da **BookCity Milano**, Intesa Sanpaolo e Associazione italiana editori (Aie), tra l'altro il primo evento in cui si concretizza la collaborazione annunciata tra Aie e **BookCity Milano**. In apertura, i saluti di Piergaetano Marchetti, presidente dell'Associazione **BookCity Milano**: «È evidente come una ricerca sull'evoluzione dei consumi culturali durante la **pandemia** interessi precipuamente **BookCity** e costituisca stimolo per far fruttare al meglio propensioni e suggerimenti che la **pandemia** ha posto in luce». E le parole del presidente dell'Aie Ricardo Franco Levi: «La presentazione online delle ricerche sui consumi culturali ai tempi del Covid-19 è il primo passo di una più stretta e permanente collaborazione e del coinvolgimento di Aie in **BookCity Milano**, manifestazione che ha saputo imporsi nel corso degli anni con una sua formula originale che rispecchia la vitalità e la ricchezza

di questa città».

La prima indagine illustrata durante l'incontro è stata *I consumi culturali degli italiani ai tempi di Covid-19: cosa cambia?*, seconda edizione (la prima è dell'autunno 2020) di una ricerca commissionata da Intesa Sanpaolo e condotta da Ipsos su un campione di 1.000 persone e 200 fruitori abituali di cultura. A presentare i risultati, Fabrizio Paschina, executive director Comunicazione e Immagine di Intesa Sanpaolo. L'indagine indica che il periodo e la mancanza di eventi in presenza hanno spinto più italiani a coltivare un maggior numero di interessi, che è cresciuta la fruizione di eventi culturali online, e che cresce la lettura (il 41 per cento ha letto o ascoltato libri, ebook e audiolibri *più che in passato*) soprattutto tra i più giovani, mentre si affermano i podcast, ascoltati dal 44 per cento degli intervistati.

«La ricerca — ha spiegato Paschina — indica che il digitale, dopo il boom iniziale legato al lockdown, è ormai a pieno titolo una straordinaria opportunità di accesso all'offerta culturale, perché permette di allargare la pla-

tea a nuovi fruitori e raggiungere anche i più giovani. Tra le nuove modalità di fruizione spiccano i podcast, con un enorme incremento di diffusione. Siamo stati la prima azienda italiana a lanciare una piattaforma di podcast sul nostro sito, e Intesa Sanpaolo On Air ha superato in un anno di vita il milione di ascolti».

Poi, i dati della ricerca condot-

ta da Aie, *Effetti del Covid-19 sul mercato e i comportamenti d'acquisto in questa prima parte del 2021*, presentati da Giovanni Peresson, responsabile dell'Ufficio

Studi dell'Aie: il mercato *trade* del libro cresceva già nel 2020 rispetto al 2019, ma nei primi cinque mesi 2021 la crescita è proseguita: + 47 per cento sugli stessi

mesi 2020, e + 19 per cento rispetto al 2019.

«L'anno è iniziato bene, il mondo del libro conferma la sua solidità — sottolinea il presidente di Aie, Levi —. Ciò che colpisce, perché restituisce un quadro realistico, è la crescita sul 2019, prima della pandemia. Ora ciò che dobbiamo capire è come sarà l'anno per consolidare i risultati di questi primi cinque mesi. In questa prospettiva, rimane fondamentale il sostegno alla domanda, agli acquisti di famiglie, giovani diciottenni e biblioteche». Cioè, appunto, il sostegno pubblico con i finanziamenti per la 18App e per l'acquisto di nuovi libri da parte delle biblioteche pubbliche presso le librerie di prossimità.

Dalla ricerca Aie emerge che se si chiede agli italiani perché stanno comprando più libri (una domanda con possibilità di risposta multipla), il 42 per cento risponde «Ho letto di più e quindi ho comprato anche più libri»; segue chi ha approfittato di offerte promozionali (23 per cento), chi ha

trovato titoli e autori interessanti o che hanno stimolato la curiosità (16 per cento), pari merito con chi ha approfittato dell'apertura

● Dall'alto: Giulia Cogoli (foto Laura Pietra); Luca Formenton; Ricardo Franco Levi; Piergaetano Marchetti; Giovanni Peresson; Fabrizio Paschina. Hanno presentato ieri l'indagine *I consumi culturali degli italiani ai tempi di Covid-19* di Intesa Sanpaolo condotta da Ipsos; il focus sull'online a cura di Giulia Cogoli e Guido Guerzoni; l'indagine Aie *Effetti del Covid-19 sul mercato e i comportamenti d'acquisto*



Le voci



delle librerie (divenute negozi essenziali) trovando più facile conoscere le novità (16 per cento). Chi legge, legge di più nel 2021 rispetto al 2020 (il 31 per cento; mentre il 56 per cento ha letto come prima, e solo il 13 ha letto di

meno); tra le motivazioni della maggiore lettura, ben il 53 per cento ha «voluto dedicare più tempo alla lettura». Inoltre, alcune delle abitudini acquisite in questi mesi hanno influenzato i comportamenti anche in seguito: a ottobre 2020, tra chi acquistava libri in librerie non di catena, l'8 per cento consultava il sito della

libreria di quartiere, oggi la percentuale è salita al 12.

Nella terza parte dell'incontro, il focus a cura di Giulia Cogoli e Guido Guerzoni per Intesa Sanpaolo su dati Aie, ha affrontato vari temi, ad esempio gli effetti della crisi sanitaria sullo sviluppo di eventi culturali online e ibridi. Gli editori hanno ridotto nel 2020 i propri eventi *live* e la partecipazione a fiere e festival, ma il 65 per cento ha realizzato più eventi online ottenendo di incrementare il pubblico e la propria visibilità web. Per il futuro, oltre metà degli editori prevede di aumentare la produzione di eventi culturali, specie in modalità ibrida tra presenza e digitale (31 per cento) e in presenza (22 per cento), e prevede più investimenti.

«C'è voglia di tornare in presenza — spiega Cogoli —, ma festival ed editori ormai hanno acquisito il format "ibrido", l'integrazione di presenza e online, visto che il digitale raggiunge un pubblico più ampio e permette di formare ampi database digitali». Altri numeri in crescita nei dati Nielsen: gli ascoltatori di audiolibri nei primi mesi del 2021 sono 10 milioni, con una crescita dell'11 per cento rispetto a novembre 2020 (sono cresciuti nel 2020 rispetto al 2019 anche gli ascoltatori di podcast, + 15 per cento).

Ha chiuso Luca Formenton, presidente di **BookCity Milano 2021**: «Emerge un'enorme domanda di materiale audio, un tipo di consumo che non cannibalizza il libro anzi spinge ad altre letture. Altro elemento riguarda i social media, il cui influsso inizia a sentirsi anche nel settore libro. Infine, il periodo ci ha insegnato che se si crea una comunità digitale, investire su questa comunità produce un feedback assai positivo». E ha annunciato che anche **BookCity** tornerà in presenza, ma senza dimenticare l'esperienza online: appunto, sarà ibrida.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Pagine

Louis Le Brocquy (Dublino, 1916-Dublino, 2012), *Girl in Grey* (1939, olio su tela, particolare), Ferens Art Gallery (Kingston Upon Hull, Regno Unito)

Millennial

In salita la fruizione di eventi culturali online e il 41% legge più di prima, specie tra i giovani



Nuove abitudini

A ottobre 2020 l'8% dei clienti consultava il sito della libreria di quartiere, oggi la percentuale è al 12



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato