



In che modo la pandemia ha cambiato i consumi culturali?
Libri, podcast e audiolibri in ascesa

EBOOK E DIGITALE

 di Redazione Il Libraio

21.06.2021



Presentate 3 indagini legate al tema “I consumi culturali degli italiani ai tempi di Covid-19: cosa cambia?”, che confermano il ruolo svolto dal digitale: in aumento la lettura di libri e ebook (in particolare tra i più giovani). In ascesa anche audiolibri e podcast. Un ruolo importante, nei mesi dell'emergenza sanitaria, è stato svolto dagli eventi online. E il futuro? – I dati e i commenti

ruolo importante, nei mesi dell'emergenza sanitaria, è stato svolto dagli eventi online. E il futuro? – I dati e i commenti

Cambiano i **consumi culturali** ai tempi di **Covid-19** e il **digitale** (canali, eventi, prodotti) si impone nel mondo del libro. È quanto emerge da tre indagini presentate in un evento (digitale) organizzato da **BookCity Milano**, **Intesa Sanpaolo** e **Associazione Italiana Editori** e trasmesso in streaming sulla pagina Facebook di BookCity.

“La presentazione delle ricerche sui consumi culturali ai tempi del Covid-19 – ha sottolineato il presidente di AIE **Ricardo Franco Levi** – è il primo passo di una più stretta e permanente collaborazione e del coinvolgimento di AIE in BookCity Milano, una manifestazione che ha saputo imporsi nel corso degli anni con una sua formula originale che rispecchia la vitalità e la ricchezza di questa città, all'avanguardia nel panorama editoriale italiano”.

Dopo un breve intervento di Levi, **Fabrizio Paschina**, Executive Director Comunicazione e Immagine Intesa Sanpaolo, ha presentato “*I consumi culturali degli italiani ai tempi di Covid-19: cosa cambia?*”, la seconda edizione di una ricerca commissionata da Intesa Sanpaolo e condotta da Ipsos su mille persone e 200 fruitori abituali di cultura con l'obiettivo di indagare l'impatto del **lockdown** sulla cultura nazionale (prima edizione nell'autunno 2020).

PUÒ INTERESSARTI ANCHE

 Redazione Il Libraio

19.04.2021

Le vendite dei libri crescono a inizio 2021: l'online vale ormai il 45%, in calo le librerie fisiche grandi e piccole

Aumenta la lettura tra i più giovani e si affermano i podcast

Nei mesi passati, il digitale ha permesso a numerosi italiani di sperimentare la fruizione di eventi online che dichiara di aver iniziato proprio durante il lockdown svolgendo molte attività come assistere a concerti (64%), eventi artistico-culturali (64%), conferenze (61%), opere teatrali (59%), presentazioni di libri (57%) e visitare mostre (62%). I nuovi fruitori hanno quindi superato quanti erano abituati alla cultura in precedenza.

PUÒ INTERESSARTI ANCHE



LIB Redazione Il Libraio

15.06.2021

I lettori under 14 sono il 77% (contro il 61% degli adulti) e amano i libri di carta

Aumentano i lettori

Anche la lettura ha trovato più spazio, soprattutto nelle fasce d'età più giovani: complessivamente il 41% ha letto libri, ebook o ascoltato audiolibri in misura maggiore rispetto al passato.

E il futuro?

Interessante l'impatto sulla fruizione della cultura in futuro: il 50% preferirà la frequentazione dal vivo; il 25% ritiene che continuerà a fruire della cultura anche online e il 9% rimarrà sull'online. Tuttavia, il 16% dichiara che diminuirà tutte le forme di fruizione a favore di altre socialità diventate nuovamente possibili.

Un ruolo significativo di facilitatore dei consumi culturali è stato svolto dai **podcast**, che ascolta il 44% degli intervistati, dato che sale al 70% tra i più giovani (fascia d'età 18/34). **Anche con il rientro alla piena mobilità, si continuerà ad ascoltarli perché 'brevi ma interessanti'**, accessibili in qualsiasi luogo (43%), 'posso ascoltarli mentre faccio altro' (47%). Inoltre, l'ascolto di podcast si pone come traino per ulteriore cultura e scambio: infatti l'85% degli intervistati è portato ad approfondire i temi che ha ascoltato, il 75% tende a promuovere la condivisione con familiari, amici, colleghi, il 69% cerca e acquista libri che parlano dell'argomento ascoltato.

PUÒ INTERESSARTI ANCHE



LIB Redazione Il Libraio

26.03.2021

Gli effetti della pandemia sul mercato europeo del libro

"La ricerca realizzata da Intesa Sanpaolo con Ipsos indica chiaramente 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 platea a nuovi fruitori e raggiungere anche i più giovani. Tra le nuove modalità spiccano i podcast, che in questi mesi hanno visto un enorme incremento di diffusione. **Siamo stati la prima banca italiana a lanciare una piattaforma di podcast sul nostro sito di Gruppo. Intesa Sanpaolo On Air ha superato, in un anno di vita, il milione di ascolti e raggiunto la Top 5 delle classifiche di Spotify, Apple e Google Podcast**", ha commentato Paschina, Executive Director Comunicazione e Immagine Intesa Sanpaolo.

PUÒ INTERESSARTI ANCHE



LIB Redazione Il Libraio

28.01.2021

Nel 2020, segnato dalla pandemia, il mercato del libro cresce del 2,4% (ma le vendite online arrivano al 43%)

Aumentano acquisti di libri e lettura

Giovanni Peresson, Responsabile Ufficio Studi Associazione Italiana Editori, ha presentato i dati della ricerca condotta da AIE. I dati mostrano, per quanto riguarda la domanda culturale, la tenuta del libro e anzi una crescita del suo appeal. **Va ricordato che il 2020 si è concluso con vendite di libri a stampa nei canali trade (librerie indipendenti e di catena, librerie online e grande distribuzione) in crescita dello 0,3%, mentre ebook e audiolibri crescevano del 43%.**

Date le difficoltà delle librerie fisiche, a trainare le vendite è stato l'online, come dimostrato anche dalla diversa composizione del fatturato degli editori: nel 2019 il 45% di questi presentava più del 21% del fatturato proveniente dalle vendite online; alla fine del 2020 la percentuale è salita al 54%. La crescita è proseguita anche nel 2021: da gennaio a maggio le vendite sono state pari a 591 milioni di euro, in crescita del 47% sul 2020 e del 19% sul 2019.

I motivi di questa crescita sono dovuti al fatto che **il 31% dei lettori** (l'universo di riferimento è quello del 15-75enni) **dichiara di leggere di più** perché ha "voluto" dedicare più tempo alla lettura (53%), perché vuole articolare la sua dieta culturale oltre le serie tv (22%), ma soprattutto perché ha scoperto un'offerta e delle proposte nuove. Leggono di più perché avevano iniziato a comprare nelle librerie online e hanno trovato titoli e autori che prima non trovavano o conoscevano (14%), perché gli editori stanno intercettando i loro bisogni di lettura (13%), per approfondire temi di attualità (5%), perché stanno creando una rete di relazioni fuori dai social (9%), perché hanno scoperto gli ebook, entrati stabilmente nella loro dieta di lettura (9%).

Cresce la lettura e crescono, per il 25% dei lettori, anche gli acquisti. **Tali lettori indicano come spinta a comprare più libri il fatto che stanno leggendo di più (42%), l'esistenza dalle promozioni (22%), la pubblicazione di titoli che hanno intercettato gli interessi e le loro curiosità (16%) e la riapertura delle librerie** che ha permesso di vedere e conoscere meglio, e quindi comprare, le novità in uscita (16%).

L'ascesa degli eventi online

Nella terza parte dell'incontro **Giulia Cogoli**, ideatrice e direttrice del festival "Pistoia – Dialoghi sull'uomo" e **Guido Guerzoni**, Adjunct Professor Università Bocconi, hanno presentato la loro ricerca "*I consumi culturali ai tempi di Covid-19 – parte II: L'ascesa dell'online*", realizzata per Intesa Sanpaolo su dati AIE (marzo 2021), che ha indagato gli effetti del Covid-19 sullo sviluppo di formati innovativi nel mondo dell'editoria (**eventi ibridi e digitali, audiolibri e podcast**).

I risultati dimostrano che crescono gli eventi online: **l'80% degli editori ha ridotto, nel 2020, i propri eventi live e la partecipazione a eventi terzi quali saloni, fiere e festival**; il 65% ha realizzato un numero maggiore di eventi online rispetto al pre-pandemia, grazie ai quali ha incrementato la propria visibilità sul web e attratto nuovo pubblico. **Per il 2021, gli editori dichiarano di voler aumentare la quota di budget dedicata alle attività digitali: il 50% di loro si concentrerà su eventi e pubblicità online.**

Nel mercato dell'audio, invece, gli editori sembrano rispondere più lentamente e in modo meno incisivo rispetto alla vivacità della domanda culturale e dei grandi player (Spotify, Audible, Storytel, etc.): solo il 21% delle case editrici ha audiolibri nel proprio catalogo e solo il 15% si è attivato per includerli nell'anno corrente. Ancora più negativi sembrano essere i dati sui podcast. **Un editore su due, tuttavia, si è dichiarato propenso ad adottare almeno uno dei due formati entro il 2022.**

Fotografia header: Getty Images



News Correlate

 Redazione Il Libraio



"Digital Merenda", magazine sul mondo dell'editoria per ragazzi

"Digital Merenda" è un nuovo magazine (con liste di libri, consigli di lettura e recensioni) legato...

 Redazione Il Libraio



I lettori under 14 sono il 77% (contro il 61% degli adulti) e amano i libri di carta

Alla Bologna Children's Book Fair è stata presentata la ricerca "Bambini e ragazzi tra libri, app..."

 Redazione Il Libraio



Libri per bambini e ragazzi: il ricco programma (online) di Bologna Children's Book Fair

In attesa di tornare in presenza nel 2022, "Bologna Children's Book Fair", la più importante fie...