

PANORAMICA – UNA RICERCA DELL'AIE, L'ASSOCIAZIONE ITALIANA EDITORI: DA GENNAIO A MAGGIO 2021 LE VENDITE SONO STATE PARI A 591 MILIONI DI EURO

La fascia presa in esame del 15-75enni dichiara di leggere di più perché ha voluto dedicare più tempo alle pagine di saggi e romanzi, perché vuole articolare la sua 'dieta' culturale oltre le serie televisive, ma soprattutto perché ha scoperto un'offerta e delle proposte nuove di cui non era a conoscenza

Libri

acquisti in crescita e lettori più giovani

Aumentano gli acquisti dei libri e la lettura tra i più giovani. Crescono le persone che seguono eventi on line. Ma anche quelle che si affidano ad audio libri o podcast per ampliare i propri orizzonti. Queste le novità emerse da tre indagini presentate nel capoluogo lombardo da **BookCity Milano**, Intesa Sanpaolo e Associazione italiana editori (Aie). La prima, dal titolo «I consumi culturali degli italiani al tempo del Covid 19: cosa cambia?», è giunta alla sua seconda edizione (la prima è stata nell'autunno 2020) ed è stata svolta su mille persone e 200 fruitori abituali di cultura con l'obiettivo di indagare l'impatto del lockdown sulla cultura nazionale. Grande successo innanzitutto per il digitale, che ha permesso a numerosi italiani di sperimentare la fruizione di eventi on line. In molti

dichiarano infatti di aver iniziato proprio durante le zone rosse ad assistere a concerti via web (64%), eventi artistico-culturali (64%), conferenze (61%), opere teatrali (59%), presentazioni di libri (57%) e visitare mostre virtuali (62%).

Ma anche la lettura di libri ha avuto un'impennata. I dati di Aie, illustrati nell'indagine «Effetti del Covid-19 sul mercato e i comportamenti d'acquisto in questa prima parte del 2021», mostrano la tenuta del libro e anzi una crescita del suo appeal tra il pubblico. «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 per cento, mentre ebook e audiolibri crescevano del 43 per cento. Date le difficoltà delle librerie fisiche, a trainare le vendite è stato l'on line, come dimostrato anche dalla diversa composizione del fatturato degli editori: nel 2019 il 45

per cento di questi presentava più del 21 per cento del fatturato proveniente dalle vendite on line; alla fine del 2020 la percentuale è salita al 54», spiega Giovanni Peresson, Responsabile Ufficio Studi dell'Aie.

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 per cento sul 2020 e del 19 sul 2019. «I motivi di questo incremento», aggiunge Peresson, «sono dovuti al fatto che il 31 per cento 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 on line 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%)»..

Di conseguenza è aumentato anche il numero degli acquisti. Più tempo dedicato

alla lettura rispetto al passato (42%), ampia diffusione di promozioni (22%), la pubblicazione di titoli che hanno intercettato gli interessi e le curiosità del pubblico (16%) e la riapertura delle librerie che ha permesso di vedere e conoscere meglio, e quindi comprare, le novità in uscita (16%). Questi i motivi che hanno portato i lettori a comprare più libri.



Le importanti misure sul settore assunte dal governo e dal Parlamento e prontamente attuate con efficienza



Un mercato quarto in Europa e che, con tre miliardi, rappresenta la più grande industria culturale in Italia



CON UN INCREMENTO DEL 47 PER CENTO SUL 2020 E DEL 19 PER CENTO RISPETTO AL 2019

«A questo risultato positivo», precisa Ricardo Franco Levi, presidente dell'Aie, «hanno contribuito, insieme all'impegno e al coraggio degli editori e delle librerie, che hanno continuato il loro lavoro anche quando non c'era visibilità sull'immediato futuro, le importanti misure sul libro assunte dal governo e dal Parlamento e prontamente attuate dall'ammini-

strazione del Ministero per i beni e per le attività culturali e per il turismo con grande efficienza».

Anche tra i più giovani c'è stata una crescita del numero di lettori. complessivamente il 41 per cento ha letto libri, e-book o ascoltato audiolibri in misura maggiore rispetto al passato. «Puntiamo a supportare ancora di più l'editoria per bambi-

ni e ragazzi che già oggi ha un ruolo fondamentale per tutto il nostro settore e indici di internazionalizzazione molto alti», aggiunge Levi. Interessante anche l'impatto sulla fruizione della cultura in futuro: il 50 per cento dice che preferirà gli eventi dal vivo, il 25 per cento ritiene che continuerà a fruire della cultura anche on line e il 9 per cento è già sicuro che rimarrà sull'online.

«La nostra editoria è la quarta in Europa ed è, con i suoi tre miliardi, la più grande industria culturale in Italia», commenta Levi. «In futuro dovrà vivere la rivoluzione tecnologica, una sfida ad accrescere il livello di conoscenza. È un'epoca in cui le prospettive di crescita e di confronto tra aree geografiche si giocano sul piano della conoscenza: i libri sono uno strumento di base per accedere al sapere e gli editori hanno un ruolo cruciale

per preparare la società alle grandi competizioni. Nel confronto tra Stati europei è emerso come governo e parlamento italiani siano le istituzioni che in Europa, sul tema della lettura e del libro, hanno risposto meglio alle esigenze di questa stagione».

Un ruolo significativo di facilitatore dei consumi culturali è stato svolto, inoltre, dai podcast, che ascolta il 44 per cento 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%). Questa particolare modalità di ascolto si pone come traino per un ulteriore consumo di cultura e uno scambio: l'85 per cento 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. Tanto che ormai anche una banca, Intesa San Paolo, ha aperto una piattaforma da cui scaricarli. Racconti, voci, storie, idee su temi legati alla cultura e al futuro, alla sostenibilità, all'inclusione, alla formazione e al lavoro. Tra i podcast di maggior successo scaricati sulle diverse piattaforme ci sono per esempio la lettura integrale della «Divina Commedia» da parte di Massimiliano Finazzer Flory, le lezioni dello storico Alessandro Barbero, «Le magnifiche della Scienza» con Gabriella Greyson, le «Vite d'Autore» su Primo Levi, opere di Natalia Ginzburg e di altri scrittori famosi.

Cristina CONTI



L'impegno e il coraggio delle librerie, che hanno continuato il loro lavoro anche quando non c'era visibilità sull'immediato