



Associazione Italiana Editori

Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2017 **Un consolidato 2016 e uno sguardo sul primo semestre 2017**

a cura dell'Ufficio studi AIE

La sintesi

Il mercato del libro sembra uscire stabilmente dagli anni di recessione e punta dritto alla “ripresa”. La conferma, dopo la chiusura positiva del 2015, viene dalle *performance* del 2016 in cui si consolida la crescita del fatturato complessivo, con un +1,2%.

Dagli anni della crisi, l'editoria libraria italiana esce sicuramente più internazionale, con una maggiore capacità di proporre e vendere diritti degli autori italiani sui mercati stranieri (non più solo per bambini e ragazzi, ma anche titoli di narrativa) e di realizzare coedizioni internazionali, soprattutto nel settore arte e bambini, che insieme rappresentano il 76% dei titoli in coedizione. Il mercato e-book, nonostante sia cresciuto meno di quanto si prevedeva, vale oggi oltre il 5% del totale, mentre quello del digitale nel suo complesso il 13% (nel 2011 era il 5%).

Sono solo alcuni degli elementi evidenziati nel **Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2016**, a cura dell'Ufficio Studi dell'Associazione Italiana Editori (AIE), che tra luci e ombre pone l'attenzione su come il settore stia uscendo dalla tempesta, seppur con ritmi di crescita troppo lenti per tornare in tempi brevi ai valori del 2010 (cioè pre-crisi). Da allora il perimetro di mercato si è infatti ridotto di circa 242milioni di euro nei canali trade (quelli rivolti al pubblico: librerie, online e grande distribuzione organizzata - Gdo). E anche stimando le vendite di Amazon (120milioni di euro del 2016), il mercato risulta ridotto di 122milioni rispetto al 2010.

Da allora i canali di vendita sono profondamente cambiati: cresce l'online, cala la grande distribuzione, tiene la libreria.

Resta e si aggrava invece quello che è il vero problema strutturale della nostra editoria: il calo progressivo dei lettori di libri. L'Italia registra la più bassa percentuale di lettori a confronto con le altre editorie: la media italiana si attesta sul 40,5% nel 2016, ben al di sotto del 62,2% della Spagna, del 68,7% della Germania, del 73% negli Stati Uniti, dell'83% del Canada, dell'84% della Francia fino al 90% della Norvegia.

Qui di seguito i principali indicatori del 2016 e uno sguardo sul primo semestre 2017:

In crescita il numero delle case editrici attive – Sono 4.877 le case editrici che hanno pubblicato almeno un titolo nel corso dell'anno (+5,8% rispetto al 2015). Una crescita che segue la sostanziale stabilità rilevata nel 2015 rispetto all'anno precedente (+0,1%).

Stabile la produzione di titoli su carta nel 2016, in crescita gli e-book – Nel 2016 le case editrici italiane hanno pubblicato 66mila titoli a stampa (novità e nuove edizioni di varia adulti e ragazzi oltre ai titoli educativi; sono esclusi gli e-book), in linea con il 2015. All'interno della varia (62.573 novità pubblicate nel 2016) si osserva la stabilità della fiction (+0,3%, compresa narrativa Young Adults), la crescita della non fiction pratica (manualistica: +3,9%) e una battuta d'arresto (per la prima volta da anni) per i libri per ragazzi: -4,5%. Il lettore trova a sua disposizione più titoli (di piccoli come di grandi editori), più catalogo, prezzi e formati diversi tra cui scegliere.

Il catalogo «vivo» di libri di carta in commercio (titoli commercialmente vivi) supera per la prima volta quota 1 milione, attestandosi su 1.032.799 (+13,9% sul 2015).

Cresce nel 2016 la produzione di titoli di ebook – L'aumento è del 29,6%: sono 81.035 «manifestazioni» nel 2016, rispetto alle 62.544 del 2015. In termini di fatturato gli ebook, con circa 63milioni di euro, coprono a fine 2016 una quota del 5,2% dei canali trade (+23,5% sul 2015).

Si conferma la crescita del mercato del libro – Raggiunge quota 2,561miliardi di euro il fatturato complessivo del mercato del libro nuovo nel 2016, con una crescita dell'1,2% sull'anno precedente. Un dato positivo ma non ancora sufficiente per tirare il fiato, soprattutto quando si confrontano le cifre con

Sede | Corso di Porta Romana, 108 | 20122 Milano | Tel. 0289280800 | Fax. 0289280860 | aie@aie.it
Uffici | Via Crescenzo, 19 | 00193 Roma | Tel. 0695222100 | Fax. 0695222101 | aieroma@aie.it

C.F. e P.I. 01416360152 | aie-pec@pec.aie.it

www.aie.it



Associazione Italiana Editori

quelle del 2011, quando il fatturato era di 3,1miliardi. Se poi nel «perimetro del mercato» si comprendono anche l'usato, il remainders, il non book (cioè i prodotti non strettamente librari venduti in libreria ma in cui sempre più spesso gli editori si cimentano con linee produttive dedicate, e che costituiscono parte importante e crescente per l'equilibrio economico) la crescita risulta del +1,1% sul 2015, pari a 2,710miliardi di euro.

Se si osservano solo i canali trade e per i soli libri nuovi, la crescita arriva quasi al +1,8%.

Il digitale non è solo ebook. Rappresenta quasi il 13% del mercato totale– Il digitale (ebook + banche dati e servizi web ad aziende e professionisti) nel 2016 vale 323milioni di euro (+15,8% rispetto al 2015), pari al 12,6% del mercato. Nel 2011, per un confronto, questo stesso mercato rappresentava il 5,2%.

La vendita di diritti continua a crescere – Nel 2016 le case editrici italiane hanno venduto all'estero complessivamente 6.565 diritti di edizione ai loro colleghi stranieri, e hanno comprato diritti per 9.552 titoli. Rispetto al 2015 si assiste a una crescita dell'11% nelle vendite all'estero (+11,7% nel 2015) e un calo del 10,6% nell'acquisto (+2% nel 2015). Come sempre è sugli andamenti di medio-lungo periodo che si possono però apprezzare meglio le trasformazioni in rapporto a questo particolare aspetto dei più complessi processi che attengono alle dinamiche di internazionalizzazione. Le vendite di diritti all'estero sono infatti passate dai 1.800 titoli rilevati nel 2001 agli attuali 6.565, con un +264,7% e con un +17,6% di crescita media annua. L'acquisto di diritti di edizione invece è passato dai 5.400 titoli del 2001 ai 9.552 del 2016 (potrebbe essere letto anche come un fatto congiunturale: erano comunque 10.685 nel 2015) con un +76,9% e +5,1% in media annua. Di fronte a un mercato interno ristretto, gli editori italiani puntano sulla valorizzazione di un «copy in Italy» di eccellenze editoriali, che in alcuni settori (ragazzi, illustrati, lifestyle, alcuni segmenti della narrativa, ecc.) esprimono al meglio la varietà e l'articolazione di un'offerta di qualità.

Le case editrici italiane si dimostrano maggiormente capaci di operare sui mercati internazionali. Nel 2016 i titoli (novità e nuove edizioni) pubblicati e tradotti da una lingua straniera sono stati circa 7.400, contro gli 11.500 dell'anno prima, compresi i classici e i titoli di autori di cui le case editrici disponevano già dei diritti. Si è passati quindi dal 17,6% dei titoli tradotti nel 2015 all'11,8% nel 2016. Sono valori che mettono in luce la lenta ma costante crescita del peso degli autori italiani sul totale delle pubblicazioni, se pensiamo che nel 2002/2003 i titoli tradotti rappresentavano un 23-24% del totale.

I prezzi sono cresciuti del 2,8% – I prezzi medi di copertina (non ponderati e alla produzione) che erano calati costantemente dal 2010 al 2014 (-14,7%), nel 2016 mostrano una conferma della crescita già rilevata nel 2015, passando da 18,41 euro a 18,93 (+2,8%). Il prezzo medio resta però di 2,6 euro inferiore a quello di 6 anni fa (-12,4%).

In calo la lettura di libri di carta – Nel 2016 il numero di persone che dichiarano di aver letto almeno un libro non scolastico (con più di 6 anni) ha ripreso a calare, con un preoccupante - 3,1%.

La lettura di libri è diminuita tra i lettori deboli e occasionali (-4%) e tra i forti lettori (più di 12 libri all'anno: -0,4%), tra le donne e tra i bambini e ragazzi (che leggono libri comunque più della media della popolazione). Non è chiaro quanto di questi risultati sia frutto di processi legati al diverso uso del tempo, di tecnologie mobile (smartphone), di sostituzione (dall'abbandono del libro alla lettura dell'e-book) o piuttosto di integrazione tra forme diverse di lettura effettuate su device differenti. Per il lettore carta e digitale sono diventati intercambiabili, a seconda delle occasioni e delle necessità del momento.

Il problema dei problemi – Il basso indice di lettura costituisce il principale problema di crescita dell'editoria nazionale: significa avere un mercato più piccolo rispetto a quello delle altre editorie continentali con cui si confronta. E questo è ancor più vero se viene incrociato con i dati OCSE-PISA sulle competenze di comprensione dei testi e con quelli della lettura di libri dei ceti dirigenti e professionali (il 39% non legge alcun libro nel tempo libero) e dei laureati (25% di non lettori). Dietro questi numeri ci sono cambiamenti nell'uso del tempo (treni e mezzi pubblici sono un buon punto di osservazione sulla trasformazione dei comportamenti e delle abitudini), contrazioni del reddito,



Associazione Italiana Editori

smarrimento e sfiducia rispetto a quelli che tradizionalmente erano ritenuti gli ascensori sociali: l'occupazione in primo luogo, ma anche l'istruzione, il titolo di studio, le abitudini di lettura, i consumi culturali, il possesso di una biblioteca domestica.

I lettori di ebook sono circa 4,2milioni – Nel 2016 quasi 4,2milioni di persone hanno dichiarato di aver letto anche un solo e-book negli ultimi 3 mesi, in leggero calo rispetto ai 4,7milioni del 2015 (i dati sulla lettura di e-book non possono essere sommati a quella della lettura di libri): il 7,3% della popolazione con più di 6 anni, contro il 2,3% del 2011. Dopo i primi anni di forte crescita, quindi, anche la lettura di e-book presenta segnali di rallentamento. Il 37% dei lettori compone mix diversi di carta ed e-book (erano il 28% nel 2015); solo l'1% dichiara di leggere libri esclusivamente in formato e-book (altri istituti di ricerca indicano un 3% di lettori che scelgono «prevalentemente e-book», non escludendo l'occasionale libro cartaceo).

Quando si legge sui device - Nel 2016 gli italiani hanno comprato più di 900mila e-reader (-9,4% sul 2015) e 2,4milioni di tablet (-7,6% sul 2015). E soprattutto hanno speso 3,6miliardi di euro per l'acquisto di smartphone, di cui una parte sempre più consistente con schermi da 5"-7" e quindi con caratteristiche di portabilità e funzionalità maggiori. Queste caratteristiche hanno portato lo smartphone a diventare il device di riferimento per cercare e trovare informazioni, notizie, servizi e, sempre più spesso, leggere e-book e testi complessi.

Dove si comprano i libri? Tiene la libreria, cresce l'e-commerce, crolla la Gdo – I canali di vendita subiscono una importante trasformazione. Innanzitutto nella quota di mercato che coprono e nelle formule commerciali con cui si propongono ai loro clienti (si pensi al massiccio ingresso del non-book e del food come merceologie e come servizio).

La libreria si conferma come il principale canale attraverso il quale le case editrici raggiungono i loro clienti ma le nuove formule di commercio online ne hanno eroso importanti quote di mercato e hanno abituato i clienti a modi diversi di acquistare. Si assiste a una perdita di quota di mercato della libreria fisica che passa dal 79% del 2007 all'attuale 73%. Crescono le librerie on line: dal 3,5% nel 2008 all'attuale 17%, superando ormai la Gdo. Ed è proprio la grande distribuzione il canale «malato» dell'editoria italiana e il 46% del minor fatturato di questi anni deriva proprio da qui. Diminuisce il fatturato ma non il ruolo di questo canale: i banchi libri di supermercati e i grandi magazzini avevano avuto un ruolo fondamentale nell'intercettare, tra gli anni Ottanta e Novanta, un pubblico nuovo di lettori e di clienti che non entrava in libreria, ma che è poi migrato progressivamente verso canali con assortimenti e servizi maggiori. Ciò nonostante, quasi un milione di persone dichiara di comprare libri solo in Gdo, che rimane in alcuni casi, come nei piccoli comuni, il punto di vendita fisico più vicino dove trovare assortimenti sia pure minimi.

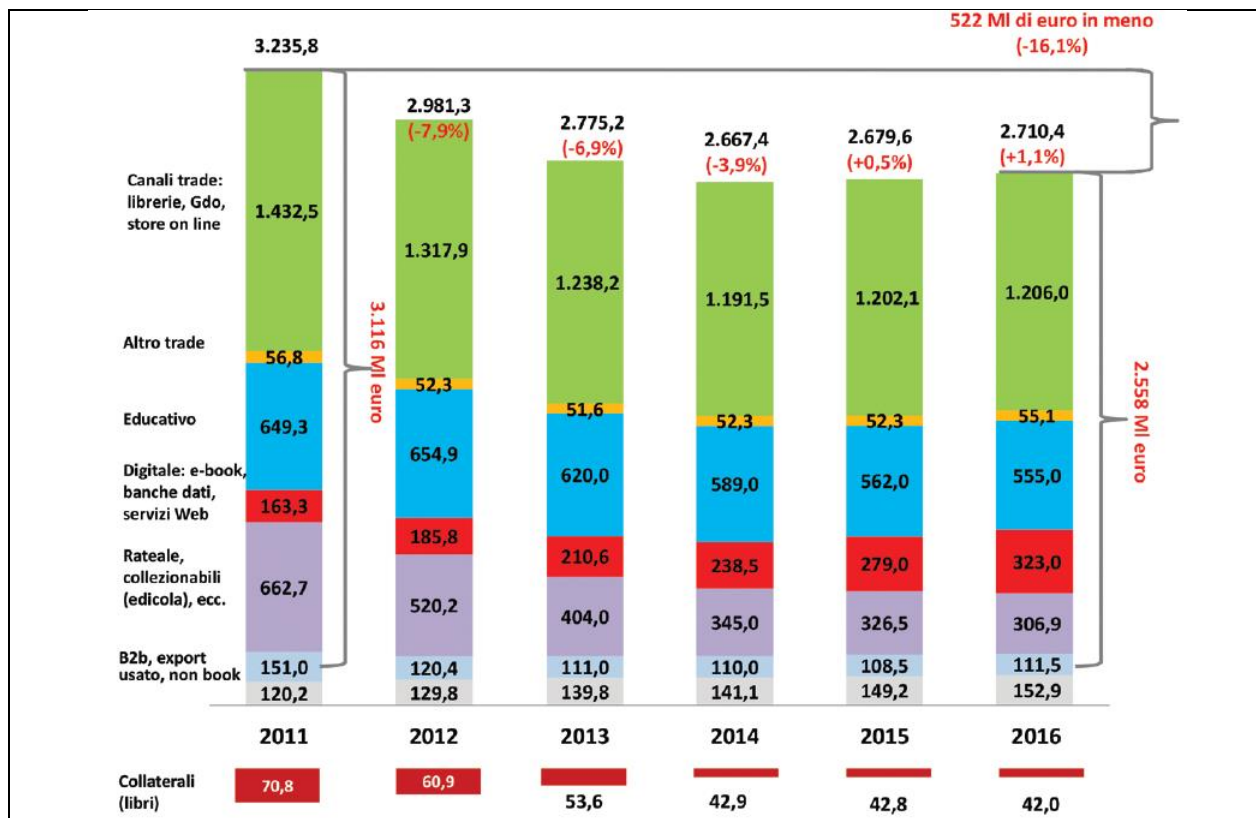
Uno sguardo sul 2017 – Nel primo semestre 2017 si confermano le tendenze centrali del mercato: la crescita e il recupero lento dei valori pre-crisi, dovute ai più diversi fattori. I canali trade (al netto della Gdo; cioè librerie di catena e indipendenti, store online senza Amazon) fanno segnare nella prima parte del 2017 un +1,1% a valore (e un -1,1% a copie). Segni positivi a valore sono registrati dalla narrativa (+1,4%) e dal settore bambini e ragazzi (+10,7%, esclusa la narrativa YA), mentre la saggistica generale segna un -7% e la saggistica pratica un -1,4%. La Gdo – e non si può più incolpare la riorganizzazione del carrello della spesa – si conferma in difficoltà anche nel 2017, con i suoi 59,3milioni di euro di spesa (rimane però il 10,5% del mercato, che il settore non può permettersi di perdere).

L'editoria italiana ha tutti gli strumenti per accrescere la propria quota di mercato a livello internazionale e per allargare l'ancora troppo bassa base di lettura, come testimoniano le campagne e i progetti messi in atto dagli editori, anche in termini di rinnovamento del prodotto e dei canali commerciali.



Associazione Italiana Editori

Il mercato del libro in Italia



Fonte: Ufficio studi AIE