



Associazione Italiana Editori

Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2018 **Il consolidato 2017 con uno sguardo al primo semestre 2018**

a cura dell'Ufficio studi AIE

Sintesi

Il mercato del libro nel 2017, con 2,773miliardi di euro, conferma l'uscita dal lungo periodo di recessione. Per il terzo anno consecutivo l'andamento risulta positivo. E per di più con un trend progressivamente crescente: +0,2% nel 2015; +1,2% nel 2016; +2,8% nel 2017 (escluso Amazon).

Considerato il peso di Amazon (stimato da AIE) e l'usato (il cosiddetto «secondo mercato»), il fatturato 2017 risulta essere di 3,104miliardi di euro con un +4,5% rispetto al 2016.

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 di titoli per bambini e ragazzi, ma anche di narrativa) e di realizzare coedizioni. Sono alcuni degli elementi evidenziati nel **Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2018**, 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 in parte troppo lenti per tornare ai valori del 2010 (cioè pre-crisi) ma anche non avendo risolto alcuni dei nodi strutturali che pesano sulla nostra editoria e sul nostro sviluppo. Da allora il perimetro di mercato si è infatti ridotto di oltre 300milioni di euro, che scendono a 181 se consideriamo solo i canali trade (quelli rivolti al pubblico: librerie, online e grande distribuzione organizzata).

Qui di seguito i principali indicatori del 2017 e uno sguardo sul primo semestre 2018:

Cresce il numero delle case editrici attive – Sono 4.902 le case editrici che hanno pubblicato almeno un titolo nel corso dell'anno (+0,5% rispetto al 2016). Rispetto al 2010 sono attive sul mercato 755 nuove case editrici che devono cercare di posizionare il loro marchio e il loro progetto editoriale in libreria, nella distribuzione e presso segmenti più o meno specializzati di lettori.

Cresce la produzione di titoli su carta – Nel 2017 le case editrici italiane hanno pubblicato 72.059 titoli (novità e nuove edizioni di varia adulti e ragazzi oltre ai titoli educativi, che sono 4.037; sono esclusi gli e-book), in crescita rispetto al 2016 (+9,2%). I programmi di impaginazione, i nuovi sistemi di stampa digitale e di confezionamento, la più agevole conoscenza dei mercati stranieri, le nuove leve autoriali, rendono assai più facile di un tempo l'accesso alla produzione e alla costruzione di un catalogo. La vera barriera all'ingresso si sposta in direzione della comunicazione al lettore e alla distribuzione. In Italia cioè non si pubblicano più titoli – in rapporto agli abitanti – di quanto non facciano le altre grandi editorie continentali.

Cresce la produzione in tutti i macrogeneri – All'interno della varia (68.022 novità, +8,7%), crescono la fiction italiana e straniera (+9,6% compresa la narrativa Young Adult) e la non fiction pratica (manualistica: +4,9%); i libri per ragazzi, dopo la battuta d'arresto del 2016, segnano un +13,7%; la non fiction generale (saggistica) registra un +1,9% e la non fiction specialistica (professionale) un +2%. Il lettore trova oggi a sua disposizione più titoli (di piccoli come di grandi editori), più catalogo, prezzi e formati diversi tra cui scegliere rispetto a quanto non avveniva anni fa. Il catalogo di libri in commercio (i «titoli commercialmente vivi») raggiunge 1,092milioni (+5,7%). Un ruolo importante nel mantenimento di un catalogo di titoli «vivi» lo si deve da un lato agli store di e-commerce, dall'altro alle tecnologie di stampa digitale che permettono all'editore di stampare anche poche decine di copie dei titoli di catalogo e di mantenere in commercio una parte più ampia della propria produzione di un tempo.

Cala nel 2017 la produzione di titoli di e-book – La riduzione è del -15,9% e solo 6.419 (13,7%) sono pubblicati da case editrici. La parte restante è pubblicata da piattaforme o da aziende che si limitano a vendere servizi anche sofisticati di pubblicazione ad autori (o ad aspiranti tali).

Si conferma la crescita del mercato del libro – Per il terzo anno consecutivo, e con tassi di crescita crescenti, il mercato del libro (nuovo di varia ed educativo, e-book e digitale, usato, export e diritti, ecc.)



Associazione Italiana Editori

conferma la sua crescita con un +4,5% e 3,1miliardi di vendite (compresa la stima AIE di Amazon). Un dato certamente positivo ma non ancora sufficiente per tirare il fiato, soprattutto quando si confrontano le cifre con quelle del 2011, quando il fatturato era di 3,2miliardi (ma senza Amazon). Se consideriamo solo i canali trade che trattano il libro di varia nuovo (e quindi senza l'usato, l'export, l'educativo, ecc. e Amazon di cui abbiamo solo una stima) la crescita si attesta a un +5% rispetto al 2016.

Il digitale non è solo e-book – Gli e-book dal 2010 hanno una prima battuta d'arresto. La crescita continua ma è solo ad una cifra (+ 3,2%). Il digitale nel suo complesso (e-book + servizi web + banche dati) rappresenta nel 2017 il 16,3% del mercato totale (il 12,6% nel 2016).

La vendita di diritti continua a crescere – Nel 2017 le case editrici italiane hanno venduto all'estero complessivamente 7.230 diritti di edizione ai loro colleghi stranieri e hanno comprato diritti per 9.290 titoli. Rispetto al 2016 si assiste a una crescita del 10,1% nelle vendite all'estero e a un calo del 2,5% nell'acquisto. In un settore come questo, è sugli andamenti di medio-lungo periodo che si possono però apprezzare meglio le trasformazioni del settore che attengono alle dinamiche di internazionalizzazione, e autoriali. Le vendite di diritti all'estero hanno avuto una crescita media annua dal 2001 del +18,9%. L'acquisto di diritti di edizione a sua volta fa segnare un più modesto +4,5%. La vendita dei diritti si conferma come asset fondamentale per lo sviluppo dell'editoria italiana.

I prezzi dei libri non crescono – I prezzi medi di copertina (non ponderati e alla produzione) tra 2016 e 2017 rimangono sostanzialmente stabili e rispetto al 2010 continuano a essere di quasi 3 euro inferiori (18,77 euro nel 2017; 21,60 euro nel 2010). Anche il prezzo medio del venduto rimane stabile (al lordo di sconti e campagne promozionali): era di 13,66 euro nel 2010, nel 2017 di 13,61 euro (-0,4%).

Stabile la lettura – I dati Istat dell'indagine quinquennale (che si fermano al 2016 e considerano anche i lettori «inconsapevoli» e per motivi professionali e scolastici) e i dati dell'Osservatorio AIE (che considerano persone che hanno letto, anche solo in parte, un libro un e-book o un audiolibro nei 12 mesi precedenti, di qualunque genere), indicano una sostanziale stabilità della lettura, sia dei soli libri (Istat: 59%; Osservatorio AIE: 61%) sia dei nuovi mix di formati e modi di leggere su dispositivi diversi. L'Osservatorio AIE indica complessivamente in 29,8milioni (65,4%) i lettori che hanno letto almeno un libro, un e-book o ascoltato un audiolibro. Ad essi per la prima volta vengono aggiunti i lettori in età prescolare fino a 13 anni che sono l'82% della popolazione (6,7milioni). Cambiano le proporzioni tra chi legge solo libri (59%), solo e-book (5%) e chi crea un mix personale tra carta e digitale (36%).

La lettura resta il problema centrale – Il basso indice di lettura costituisce il principale problema di crescita dell'editoria nazionale: significa avere un bacino di potenziali clienti più piccolo rispetto a quello delle altre editorie continentali con cui la nostra editoria si confronta. Gran parte dei deboli lettori sono a loro volta deboli acquirenti (sono 11,1milioni di persone che generano circa 15,9milioni di copie vendute). Lo dimostrano anche i dati OCSE-PISA sulle competenze di comprensione dei testi e di lettura, che risultano essere i più bassi tra i Paesi avanzati. Tra i ceti dirigenti e professionali il 38,1% non legge alcun libro e tra gli stessi laureati il 32,3% non legge nessun libro nel tempo libero. 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, smarrimento e sfiducia rispetto a quelli che tradizionalmente erano ritenuti gli ascensori sociali: in primo luogo l'occupazione, ma anche l'istruzione, il titolo di studio, le abitudini di lettura, i consumi culturali, il possesso di una biblioteca domestica.

Quando si legge sui device – Il libro non è più, da anni, l'unico supporto attraverso cui si accede alla lettura di un contenuto (narrativo, divulgativo, di informazione, per lo studio, per affrontare problemi pratici della quotidianità, ecc.). Il 62% degli italiani (14+) dichiara di leggere attraverso i libri, il 25% ha letto un e-book e l'8% ha letto «ascoltando» un audiolibro. Riguardo ai sistemi di modalità di lettura digitale, l'eReader rimane il principale dispositivo utilizzato per la lettura (33%), seguito da vicino da tablet (26%) e smartphone (26%). Distanziato, il computer (notebook e portatili, per lo più) con il 15% delle indicazioni. A sua volta l'eReader è usato in prevalenza



Associazione Italiana Editori

dalle donne (37% vs 30% uomini), così come il tablet (30% vs 23%). Solo gli smartphone risultano essere maggiormente usati da un pubblico maschile (32% vs 19%). La multifunzionalità accompagnata dalla portabilità sta spostando in modo significativo le preferenze su quali dispositivi leggere, portando tablet e smartphone a diventare i dispositivi di riferimento per leggere ma anche per cercare e trovare informazioni, notizie, servizi, ordinare e acquistare libri e e-book.

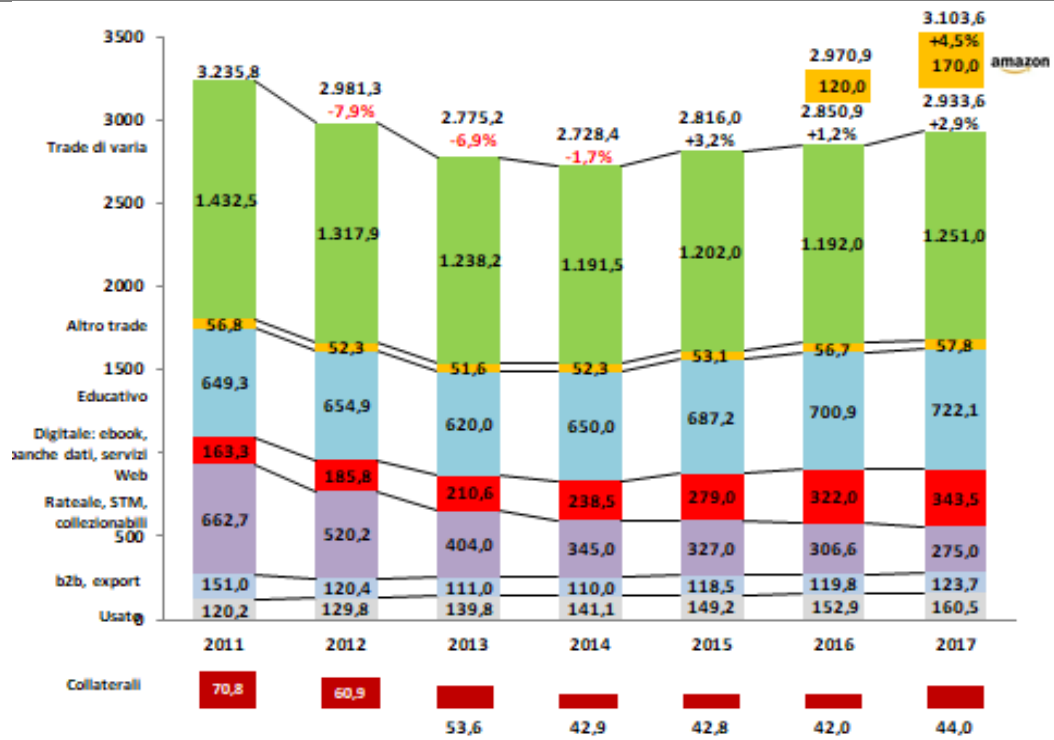
Dove si comprano i libri? Tiene la libreria, cresce l'e-commerce, continua il calo della Gdo – I canali attraverso cui i lettori acquistano i libri continuano a seguire il processo di trasformazione nelle preferenze dei lettori. Gli store online valgono il 21,5% del mercato trade di varia. Le librerie (di catena o a conduzione familiare) con la quota del 70,8% rappresentano comunque il principale canale di approvvigionamento di libri. La Gdo (8,7%) conferma le difficoltà di intercettare un pubblico nuovo. Se confrontiamo questi dati con quelli del 2007, in cui l'e-commerce di libri (esclusi gli e-book) valeva il 3,5%, le librerie il 79,0%, la Gdo il 17,5%, è evidente come si stiano modificando i canali di vendita assieme ai comportamenti di acquisto e i benefit che i lettori cercano al momento dell'acquisto. La grande distribuzione organizzata rimane il canale «malato» dell'editoria italiana e buona parte del minor fatturato deriva proprio da qui. Minori acquisti in questo canale che non si sono trasferiti in altri. 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 un pubblico 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, l'unico punto di vendita dove trovare assortimenti, sia pure minimi.

Uno sguardo sul 2018 – I dati mostrano un segno negativo compreso tra -0,2% e -0,4% a valore delle vendite. Effetto, in un quadro economico nazionale e internazionale, nuovamente in fibrillazione (+1,4% la previsione Istat del PIL 2018 contro il +1,5% del 2017), e delle inevitabili prime ricadute sui consumi delle famiglie (solo +0,1% nel secondo trimestre) in cui anche i consumi culturali vengono coinvolti. Si attende per fine anno, anche per questo 2018, una chiusura in territorio positivo dei canali trade nel loro complesso. Come è noto, risulta difficile, a metà anno, offrire pronostici sull'andamento in corso perché il 40% delle novità esce tra settembre e novembre.



Associazione Italiana Editori

Il mercato del libro in Italia



La stima di Amazon fatta dall'Ufficio studi di Aie è stata realizzata per la prima volta nel 2016. Non è stato possibile ricostruire una serie storica più lunga.

Fonte: Ufficio studi Aie