

# Il mercato della manualistica in Italia

Ufficio studi  
Giovanni Peresson



**INSTITUT  
FRANÇAIS**  
ITALIA

**AIE**  
Associazione  
Italiana  
Editori

**ediSer**  
SOCIETÀ DI SERVIZI  
DELL'ASSOCIAZIONE ITALIANA EDITORI

## Rencontres franco-italiennes d'éditeurs Incontro franco-italiano di editori

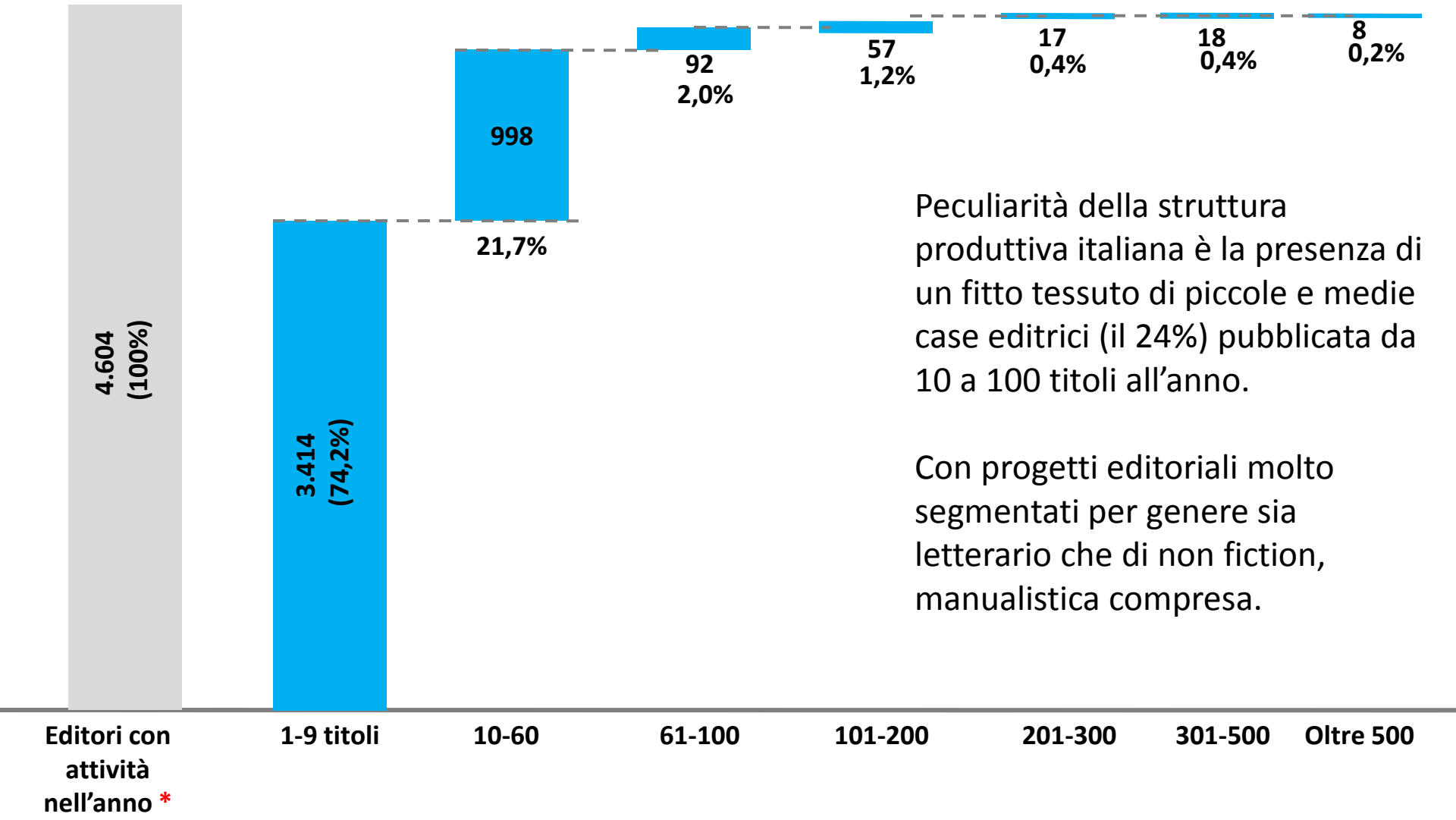
Milano, 10 marzo 2016  
Institut Français - Corso Magenta, 63 - 20123 Milano

Come è andato il 2015 per l'editoria italiana?



# Gli editori per numero di titoli pubblicati

Valori in numero di aziende e in %



Peculiarità della struttura produttiva italiana è la presenza di un fitto tessuto di piccole e medie case editrici (il 24%) pubblicata da 10 a 100 titoli all'anno.

Con progetti editoriali molto segmentati per genere sia letterario che di non fiction, manualistica compresa.

\* Sono presenti nel Catalogo dei libri in commercio cioè nei data base commerciali dei canali di vendita (librerie + store on-line)

# Quote di mercato a valore nei canali trade: 2015

Valori in %  
**Gruppi editoriali e marchi collegati**  
**Gruppo RCS (solo trade)**

**Gruppo Mondadori (solo trade)**

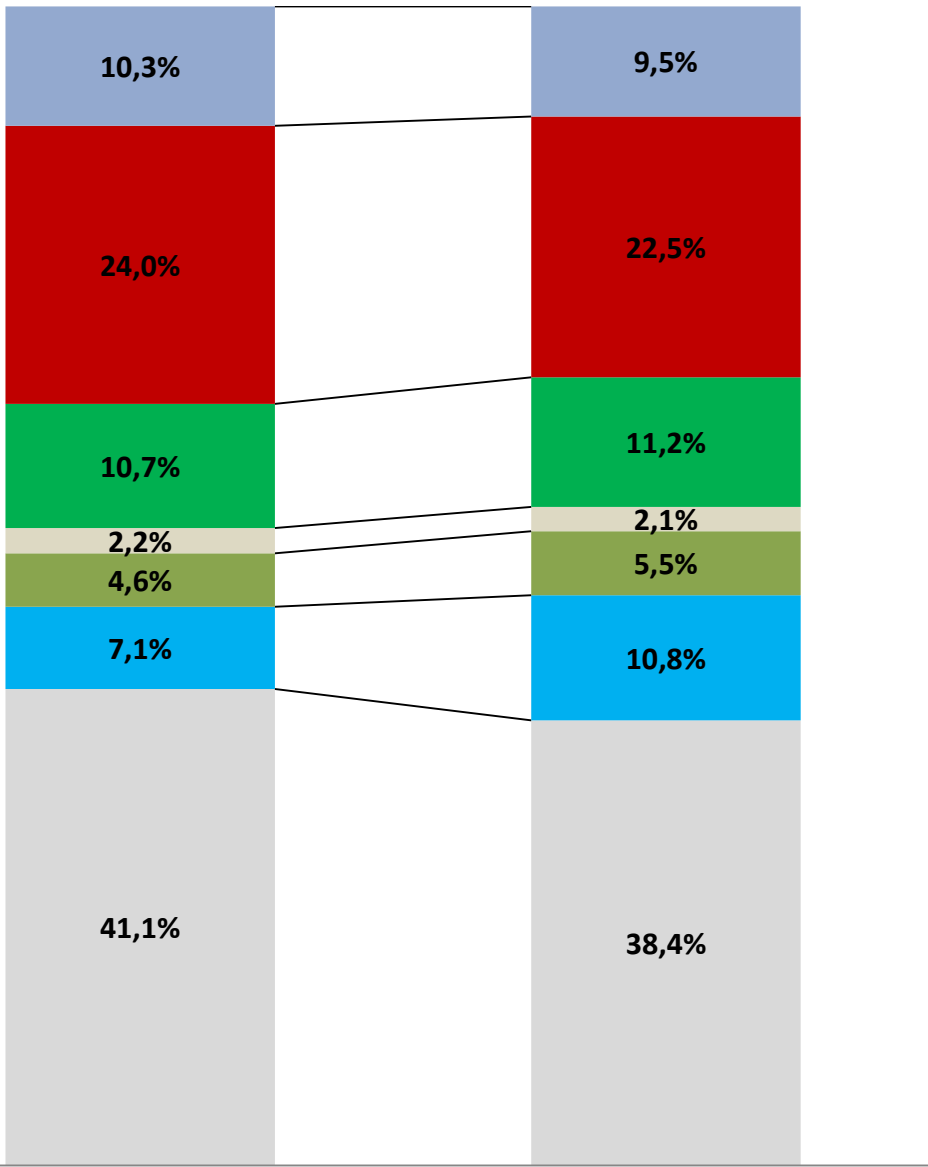
**Gruppo GeMS**

**Gruppo De Agostini**

**Gruppo Feltrinelli**

**Gruppo Giunti**

**Altri editori**



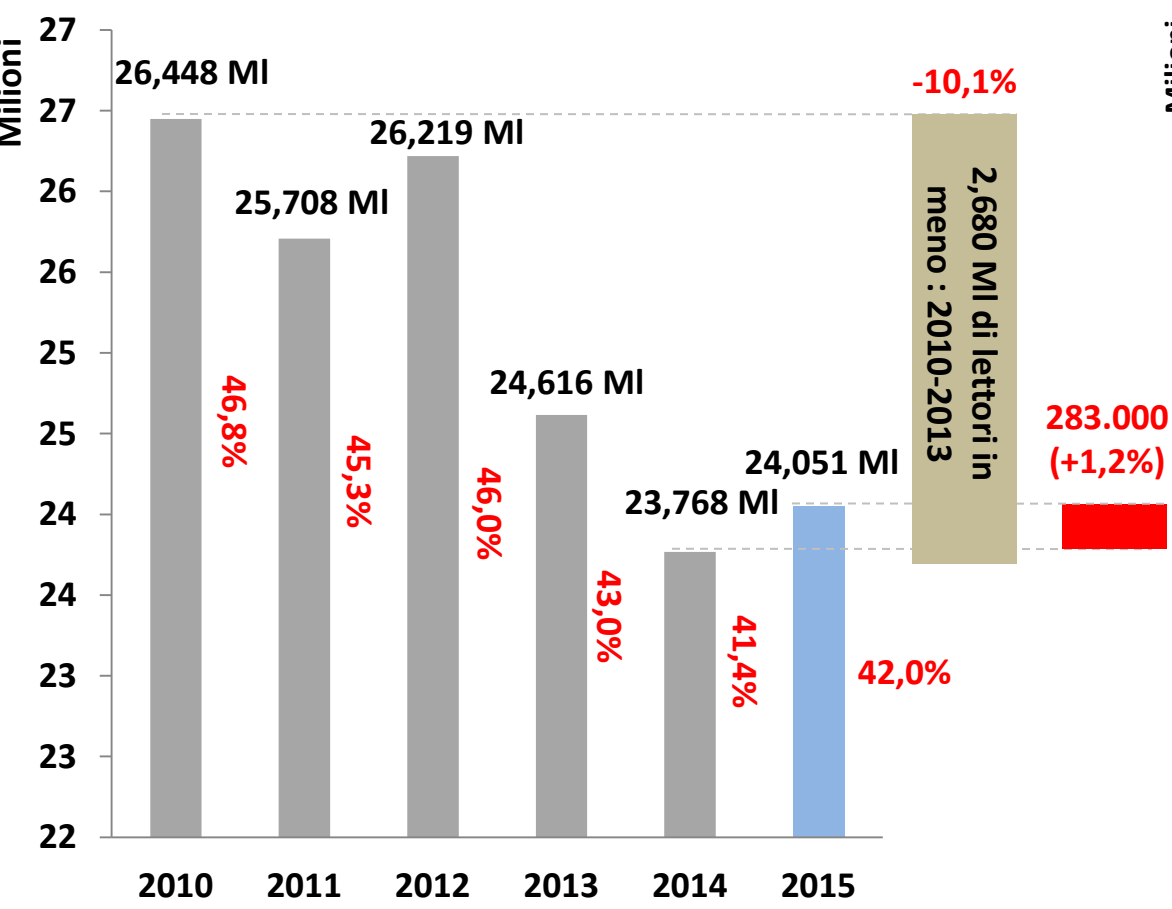
Il 41% delle vendite e il 38% delle copie vendute nei canali trade (librerie di catena e a conduzione familiare, store on line, banchi libri in supermercati, esclusi i libri educativi e universitari) è fatta da case editrici che non appartengono a gruppi editoriali.



## La lettura di libri e di e-book

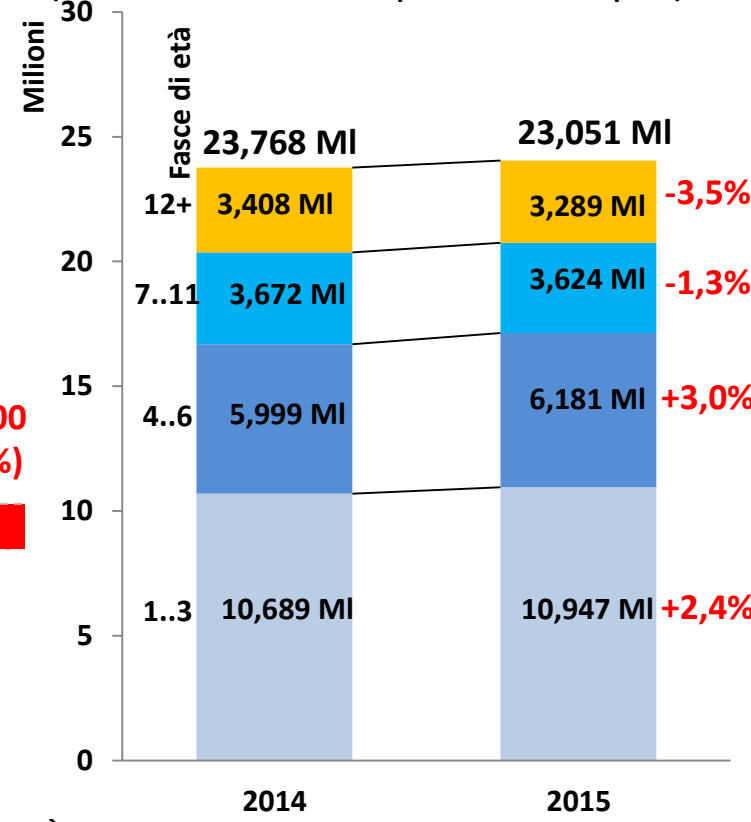
# La lettura di libri

Valori in MI di lettori e in %



Lettura di almeno un libro non scolastico **nei 12 mesi precedenti** nella popolazione 6+

La lettura di libri nella popolazione 6+ è tornata a crescere nel 2015 (+1,2% = 283.000 persone in più).

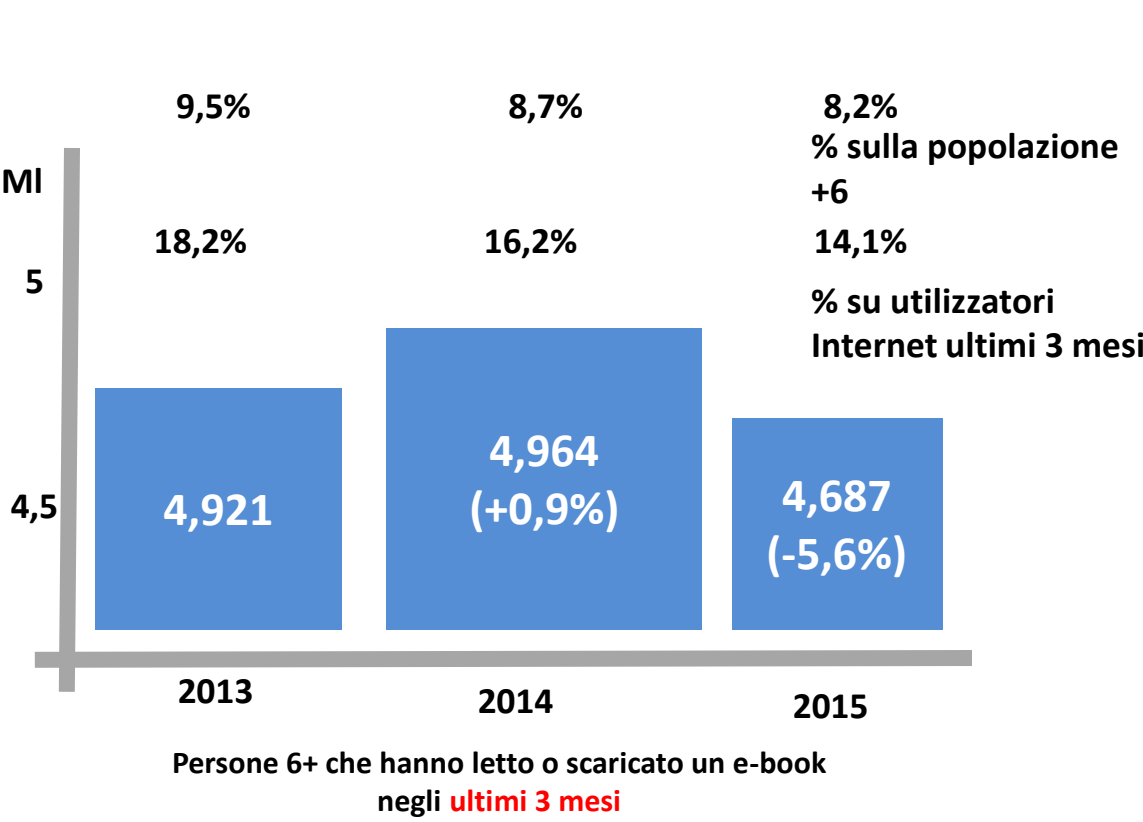


È tornata a crescere tra i lettori deboli e occasionali. Vuol dire che la lettura di libri continua ad avere e conservare un «valore» anche per chi ha subito gli effetti più pesanti della crisi, ha titoli di studio e redditi più bassi.

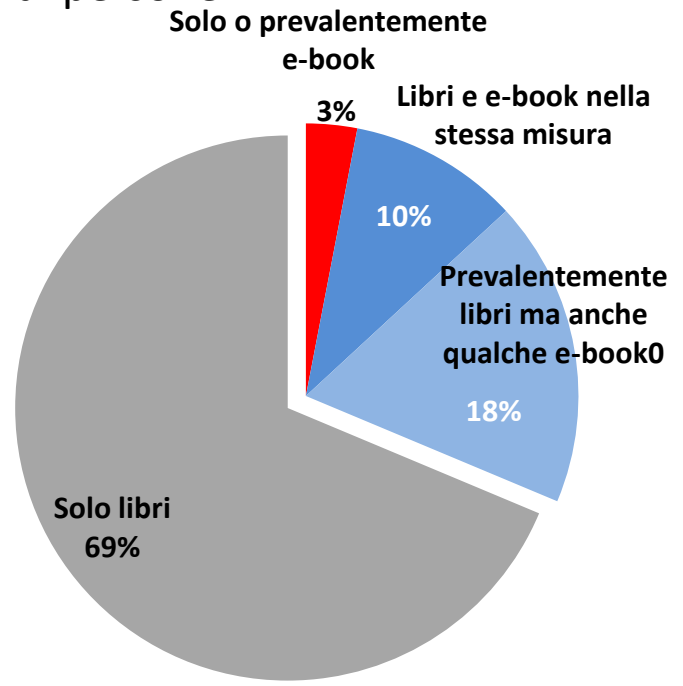


# La lettura di e-book

Valori in MI di lettori e in %



La lettura di e-book diminuisce nel 2015 del 5,6% ma continua a riguardare una parte di popolazione italiana sostanzialmente stabile 4,5-5 MI di persone.

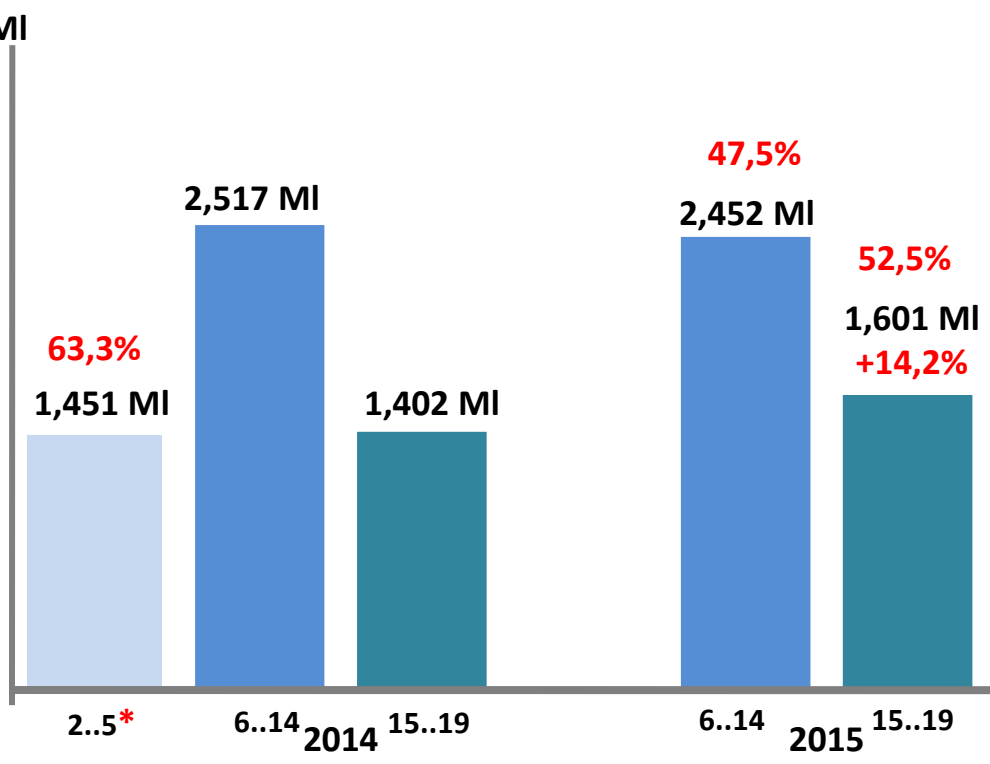


Fonte: Ipsos, popolazione 18+

Cambia (e cambierà) il mix con cui il lettore / cliente combina carta e digitale secondo le sue necessità quotidiane e le crescenti autonomie di scelta d'acquisto che si riserva.

# La lettura di libri e di e-book tra i giovani

Valori in MI di lettori e in %

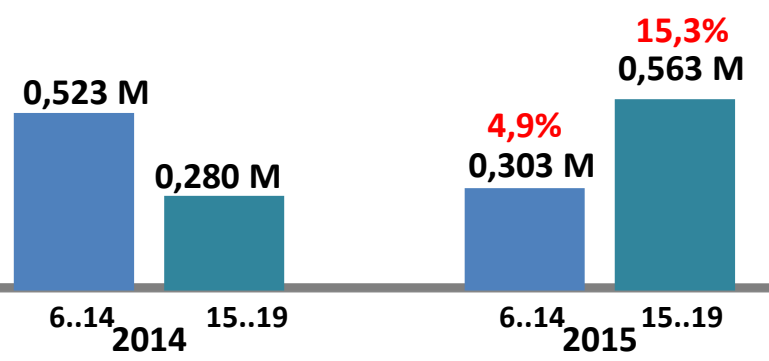


Lettura di almeno un libro non scolastico **nei 12 mesi precedenti** nella popolazione 6+

\* Sfogliano, colorano, leggono libri o albi illustrati (2011)

Bambini (6..14: 46,5%) fasce pre-scolari (63%), YA (52,5%) continuano a leggere più libri rispetto alla media della popolazione italiana (42,0%).

Anche la lettura di e-book tra i 15..19 è quasi doppia (15,3%) rispetto alla media: 8,2%.



Persone 6+ che hanno letto o scaricato un e-book negli **ultimi 3 mesi**

Per i 6-19enni e per le giovani coppie con figli libro / lettura / ingresso in libreria fanno parte della «modernità» e dei ritmi di vita accanto a WathsApp, Netflix, o l'acquisto on-line.



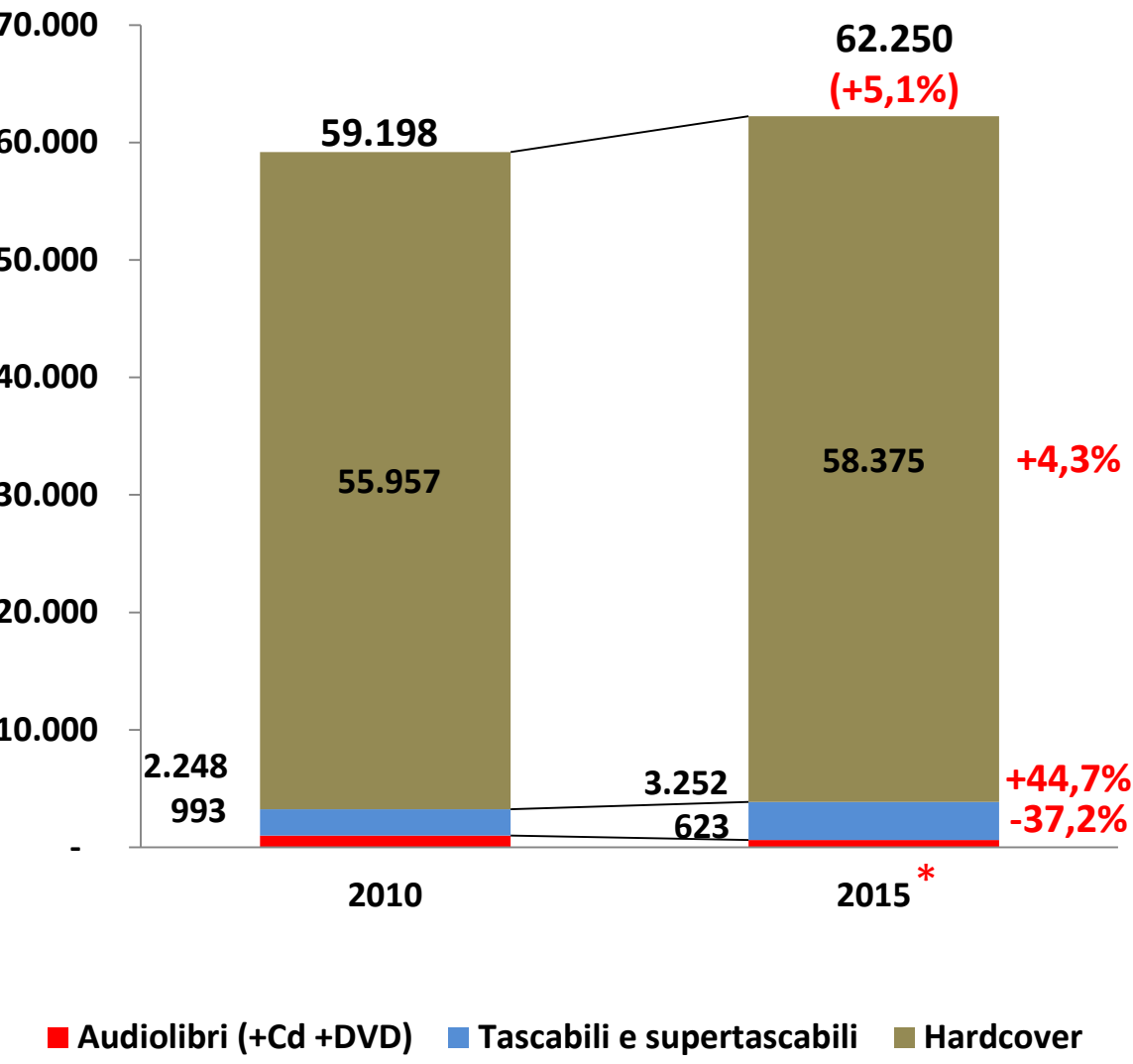




L'offerta: la produzione

# La produzione di libri

Valori in numero di titoli (novità e nuove edizioni) e in %



\* Dato 2015 stime su anno mobile

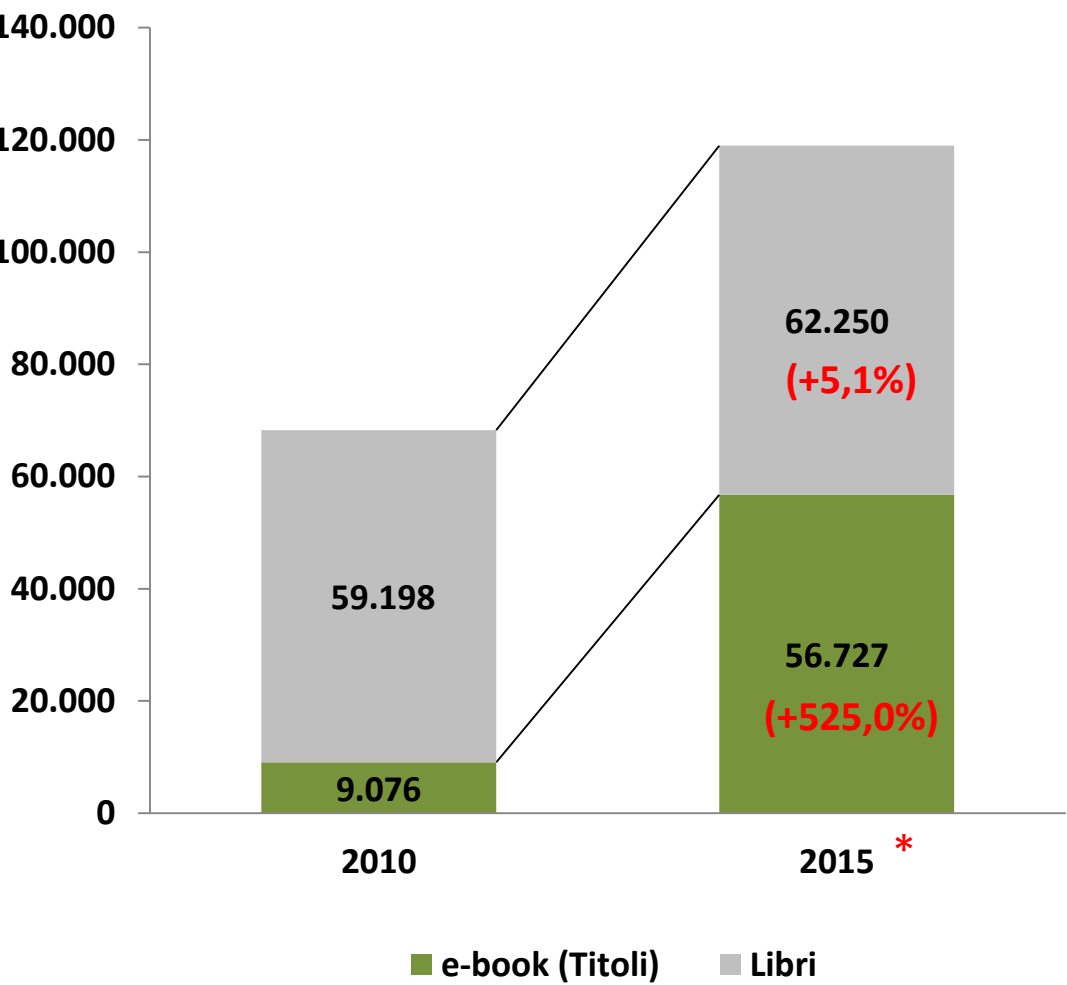
Il pubblico ha oggi a sua disposizione un'offerta di libri più ricca e articolata in termini di formati rispetto a 5 anni fa. Ha maggiori possibilità e libertà di effettuare le sue scelte. E in termini di generi che compongono l'assortimento delle librerie





# La produzione di libri e di e-book

Valori in numero di titoli (novità e nuove edizioni) e in %



\* Dato 2015 stime su anno mobile

A una più ricca offerta di libri si aggiunge quella di e-book (56.700).

Il lettore / cliente ha la possibilità di scegliere modi differenti di leggere che gli offrono benefit diversi, rispetto solo a 5 anni fa.

Gli e-book rappresentano il 91,1% delle novità pubblicate nell'anno.

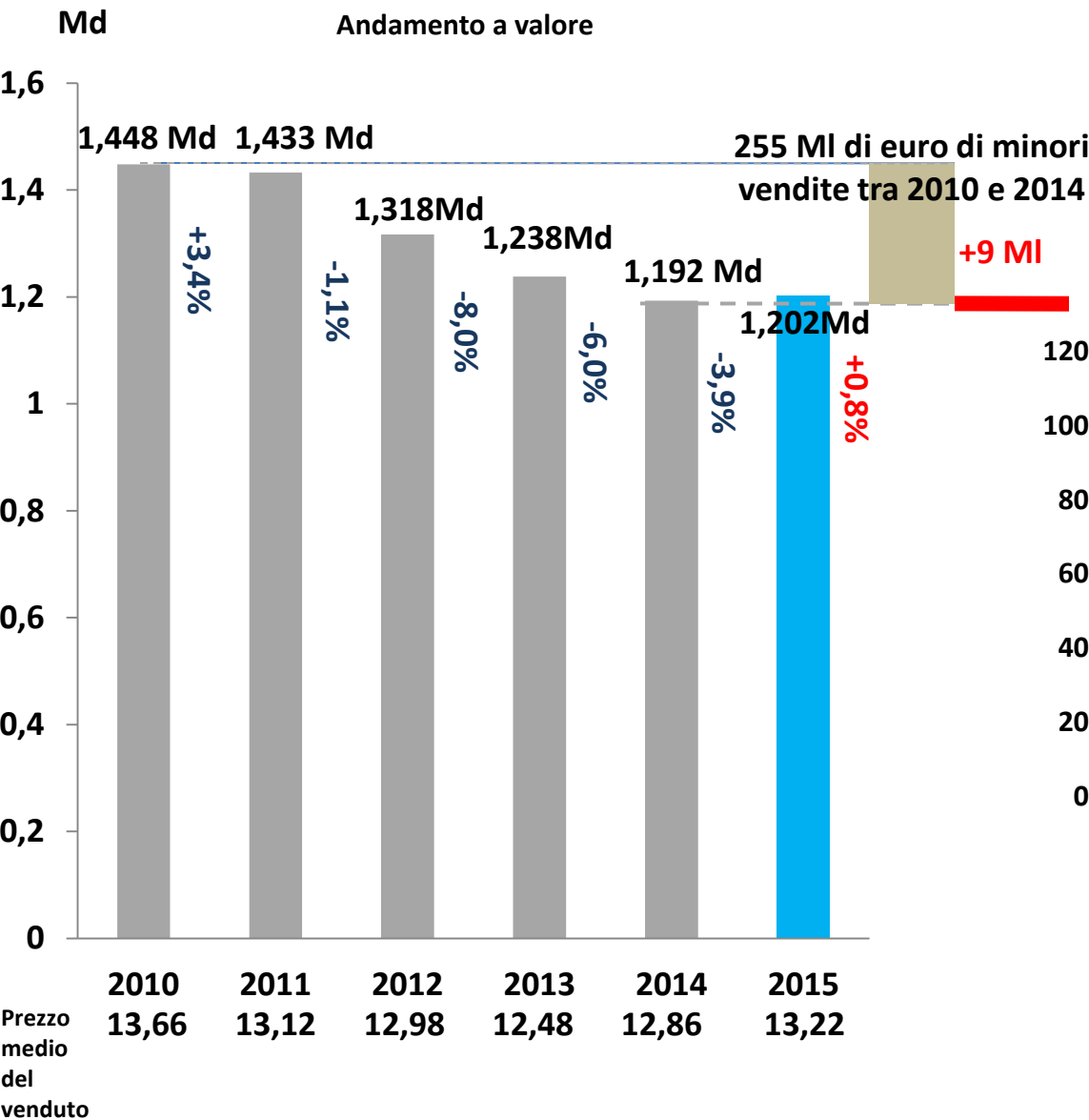
Modi diversi di scegliere come e dove leggere; prezzi diversi da scegliere.

Si intercetta la maggiore autonomia del lettore / cliente; la maggiore sensibilità al prezzo.



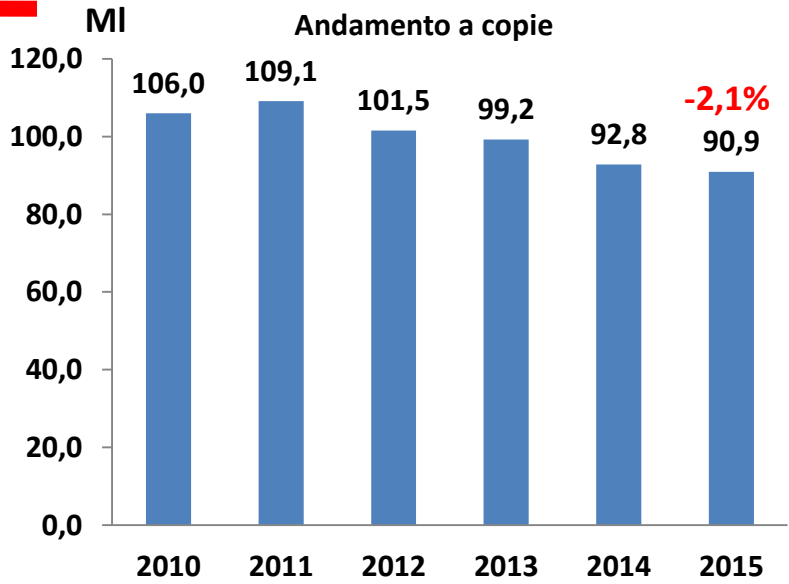
## Il mercato e i canali di vendita

# Il mercato del libro (soli canali trade)



Tra 2010 e 2014 i canali trade avevano perso 255 MI di vendite. Nel 2015 fanno registrare un +0,8% rispetto al 2014.

Nel 2015 sono state vendute 90,9 MI di copie di libri (-2,1% sul 2014).

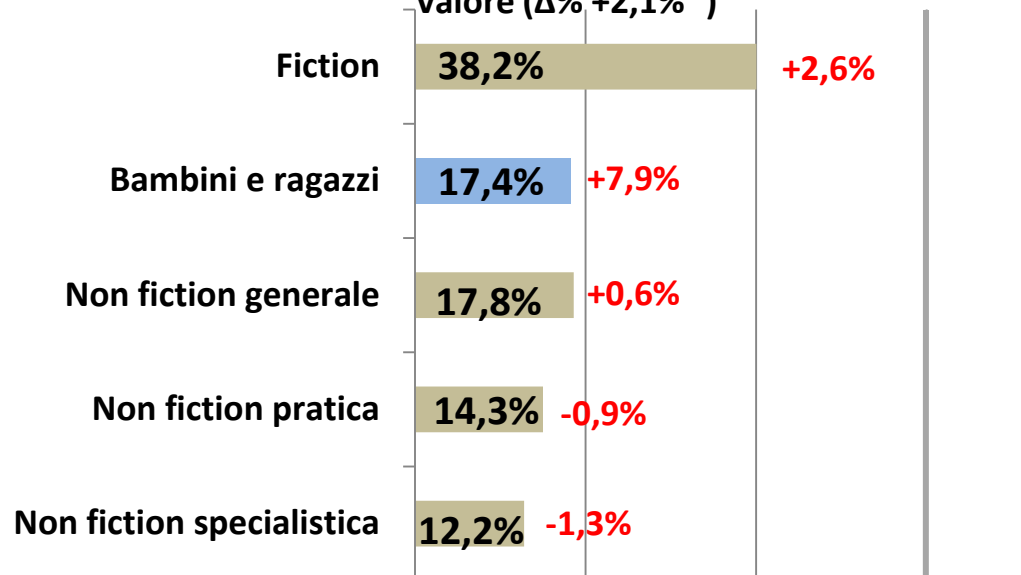


Una parte di queste copie in meno sono state compensate dai download di e-book (Assinform stimava tra gratuiti, pirata, e a pagamento 8,1 MI nel 2014).

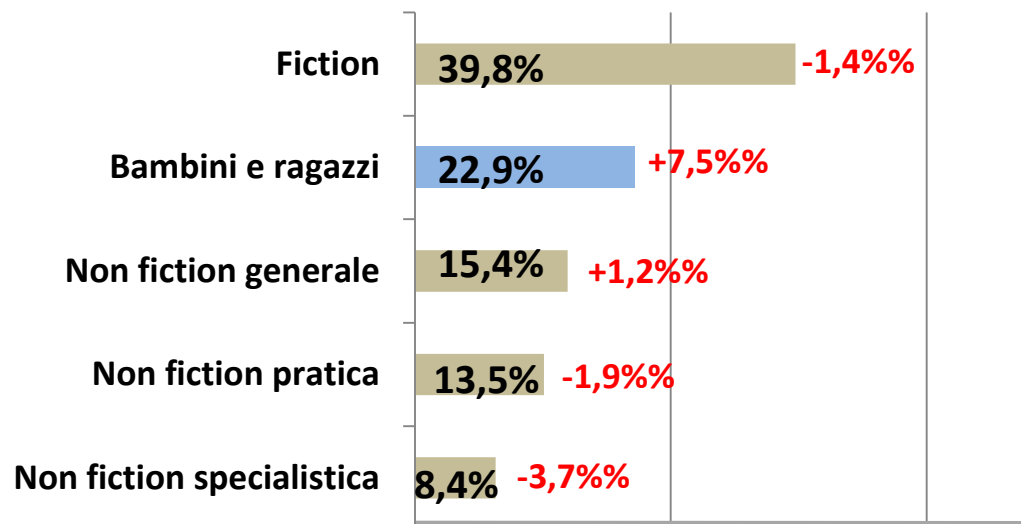


# Andamento dei generi

Valore ( $\Delta\%$  +2,1%\*)



Copie ( $\Delta\%$  +0,6%\*)



\* Esclusa GDO

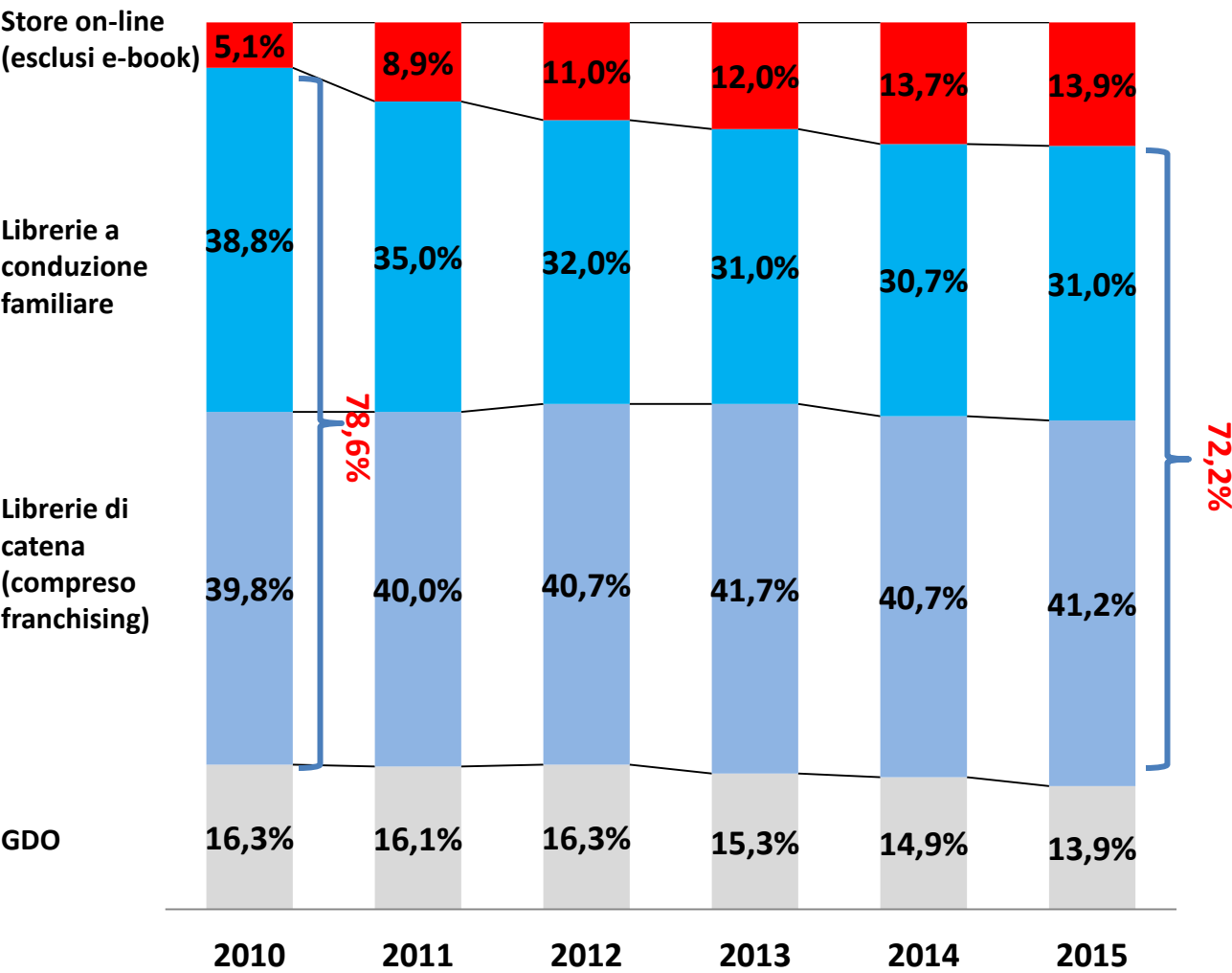
Questo andamento (+0,8% a valore e -2,1% a copie) è il risultato di andamenti molto diversi tra i generi che compongono il mercato.

Bambini & Ragazzi è il settore che nel 2015 ha trainato di più la crescita sia a copie che a valore (e negli anni precedenti aveva attutito i risultati negativi).

La saggistica (+0,6% e +1,2%) ha contribuito al risultato positivo complessivo anche grazie ai libri di Nuzzi e Fittipaldi su Vatileaks.

Bambini & Ragazzi nei canali trade (esclusa GDO) rappresentano il 17,4% del valore e il 22,9% delle copie (con il 10,3% dei titoli pubblicati).

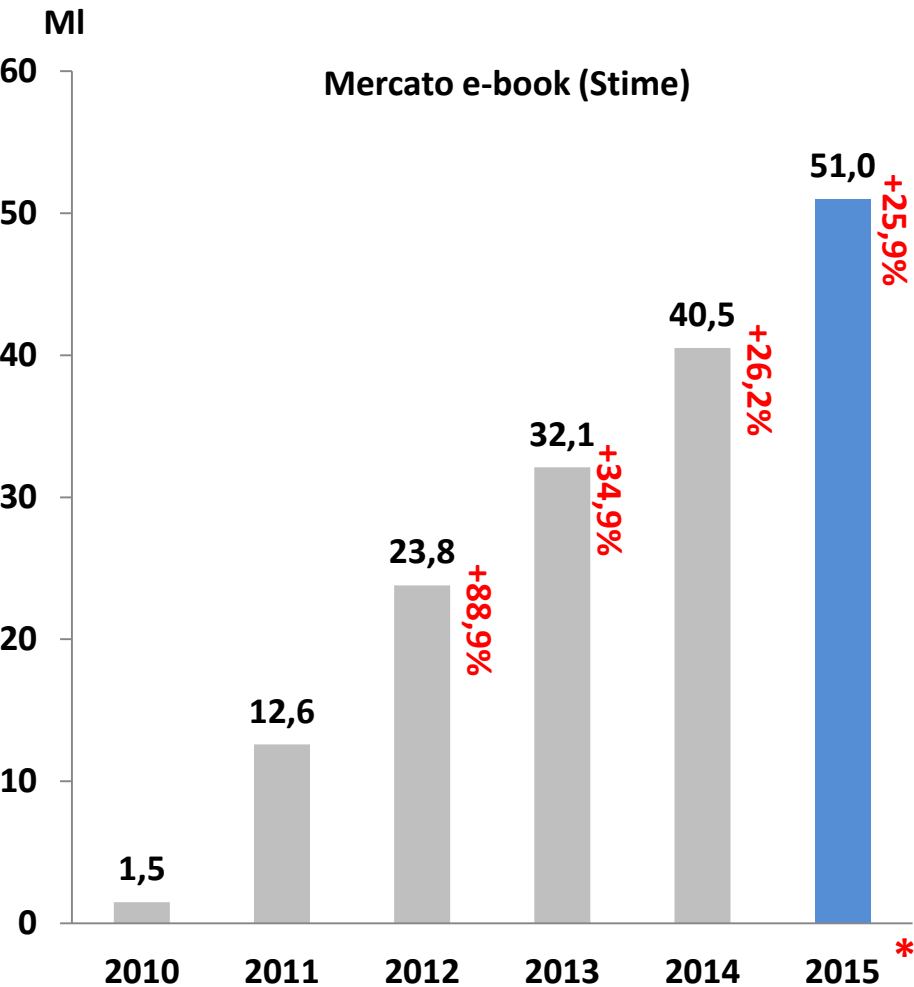
# Le vendite nei canali



Quasi tre quarti della spesa dei lettori italiani nell'acquisto di libri (72,2%) continua a passare attraverso la libreria. Ne percepiscono i benefit e i valori rispetto ad altre forme e modi di acquisto.

La GDO che aveva avuto il merito di intercettare un pubblico che non entrava in libreria e di traghettarlo verso punti vendita con assortimenti più ricchi e articolati, con maggiore quantità (e qualità) di servizi, appare come il vero canale in difficoltà i cui effetti sul mercato complessivo vanno probabilmente oltre i 2 punti di perdita di quota.

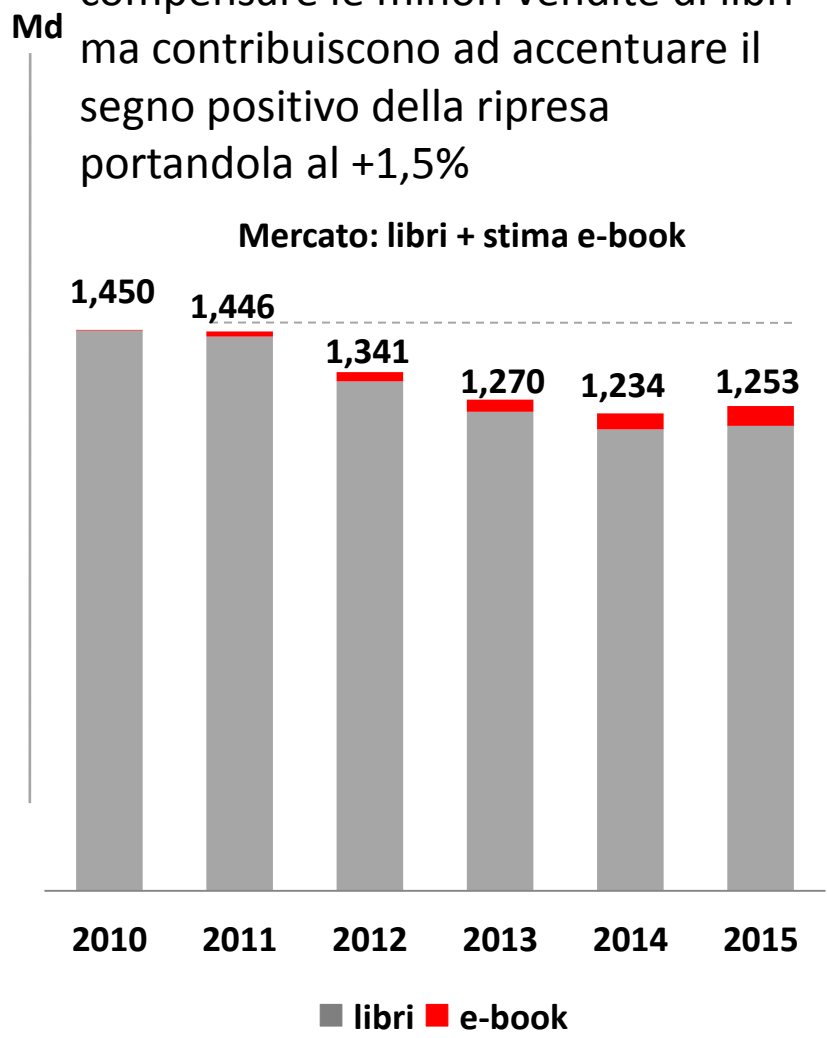
# Il mercato degli e-book



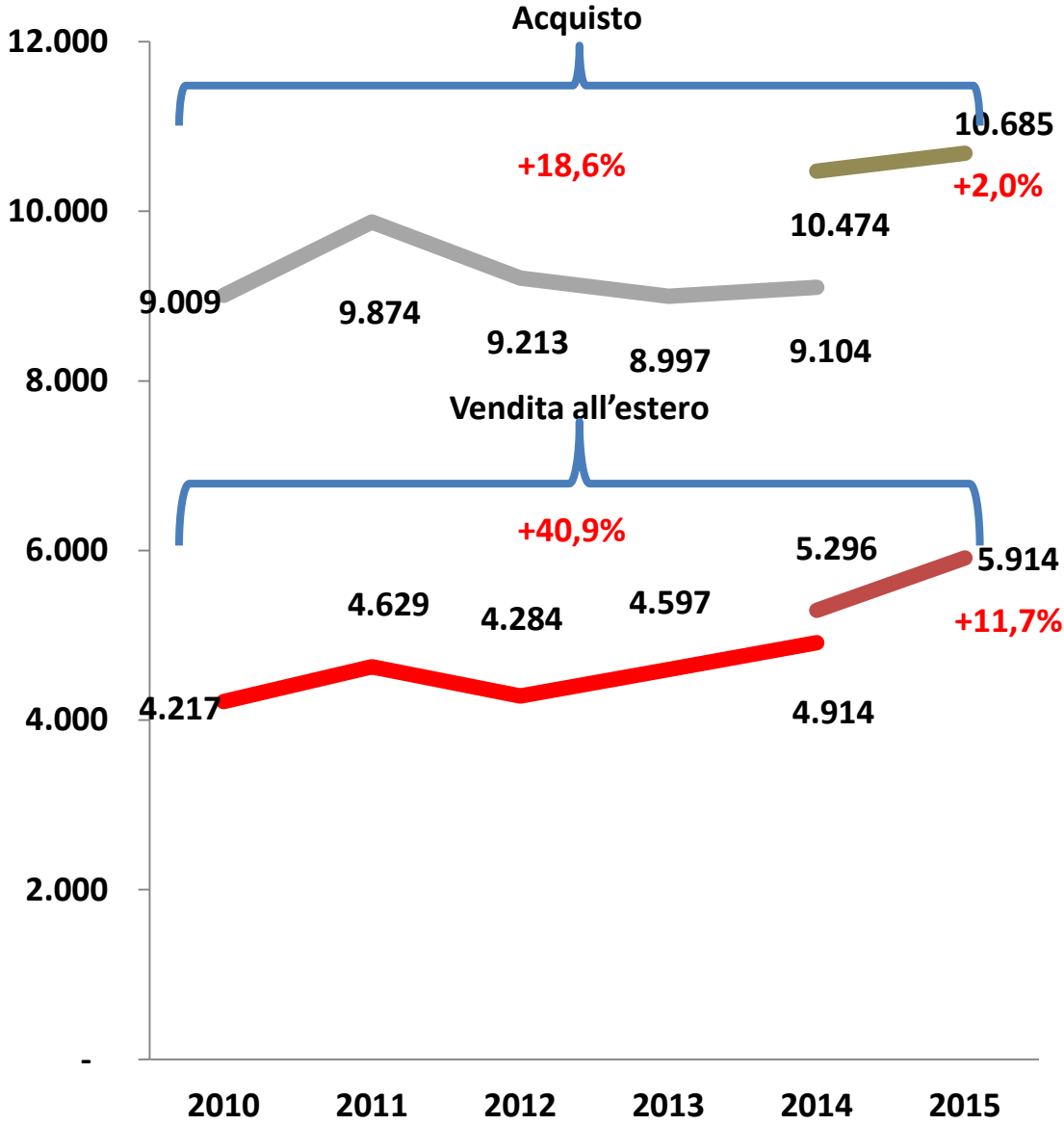
\* Dato 2015 valutazione ancora provvisoria

La vendita di e-book nel 2015 ha raggiunto il valore (stima provvisoria) il 51,0 MI di euro: il 4,3% delle vendite trade.

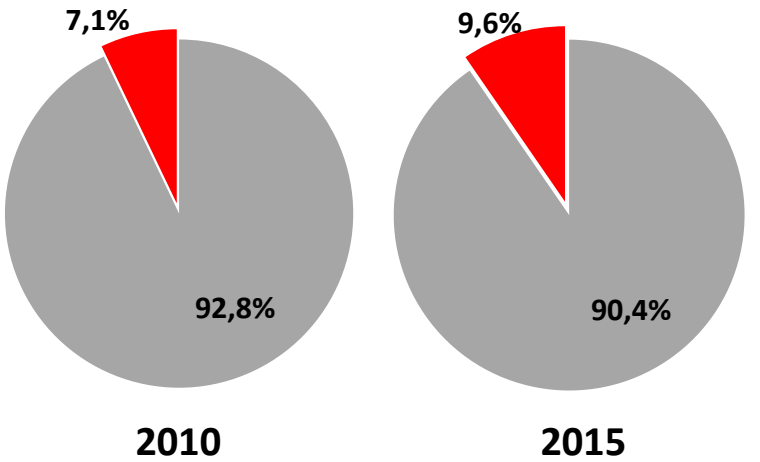
Gli ebook continuano a non compensare le minori vendite di libri ma contribuiscono ad accentuare il segno positivo della ripresa portandola al +1,5%



# La vendita di diritti (titoli)

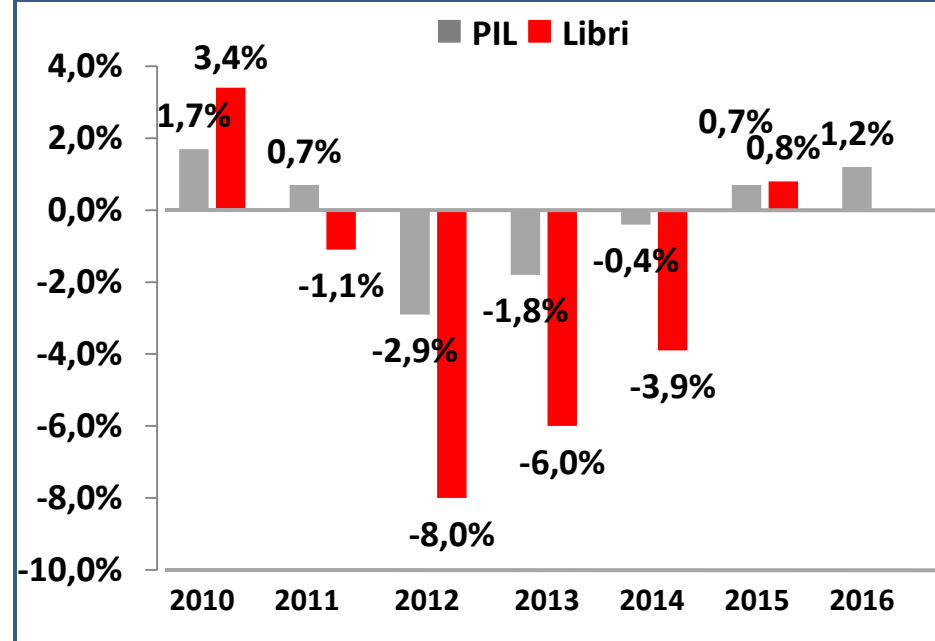
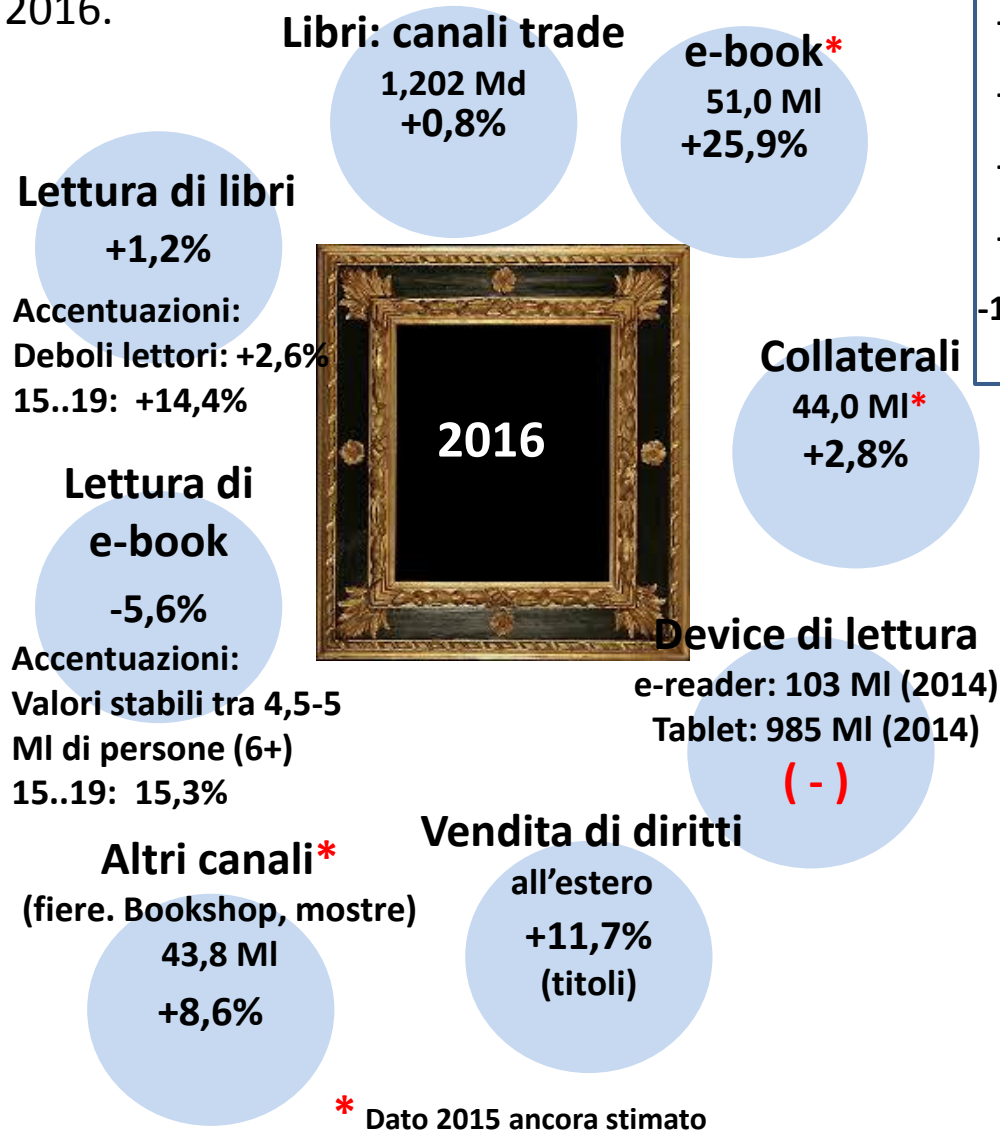


Alcuni dei segmenti di offerta (e dei processi, e delle competenze aziendali) vengono ripensati in logiche di internazionalizzazione per la vendita di diritti edizione: nel 2015 la vendita cresce del +11,7%. L'acquisto del 2,0%.

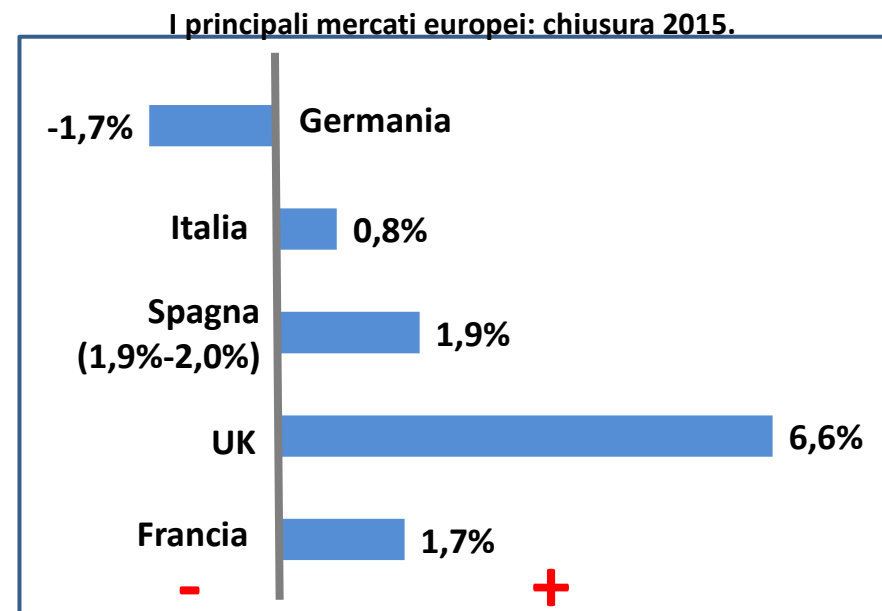


In alcuni segmenti (Bambini & Ragazzi, Illustrati) l'editoria italiana vende più diritti all'estero di quanti ne compra; la Narrativa segna un +15,2% e rappresenta il 36,2% dei diritti di edizione venduti agli editori esteri

Il quadro positivo dei macro dati di settore del 2015, l'andamento positivo del PIL, il quadro positivo dei mercati europei fanno ipotizzare un 201° continuazione del trend positivo anche nel 2016.



Italia: andamento del PIL e delle mercato.







**La manualistica**



# Il difficile rapporto degli italiani con i manuali. Vedete una guida viaggio?



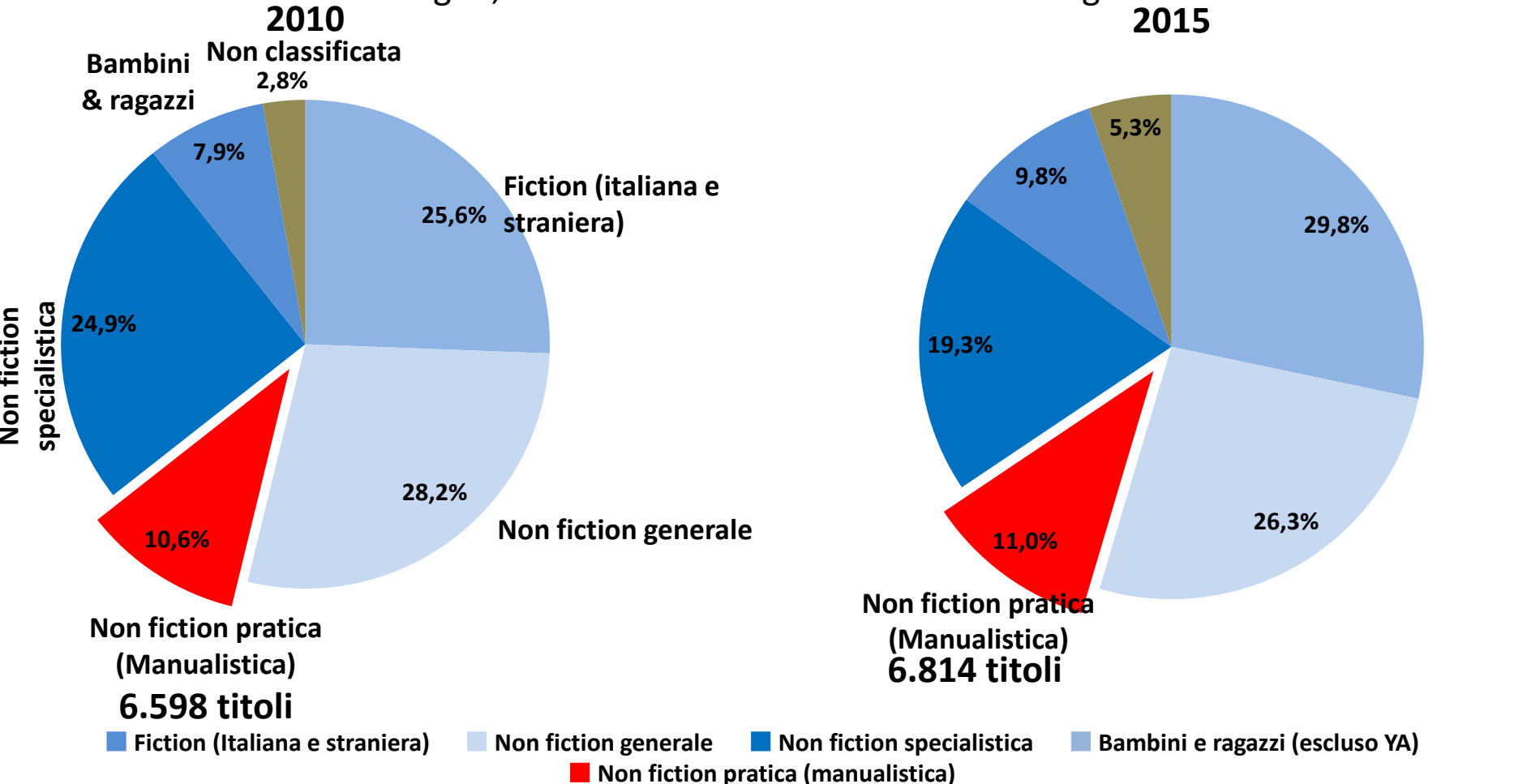
Lettori di  
«almeno una  
guida turistica»  
o di un «libro di  
viaggio» nei 12  
mesi precedenti  
(+6)

**2,9**  
milioni di  
persone

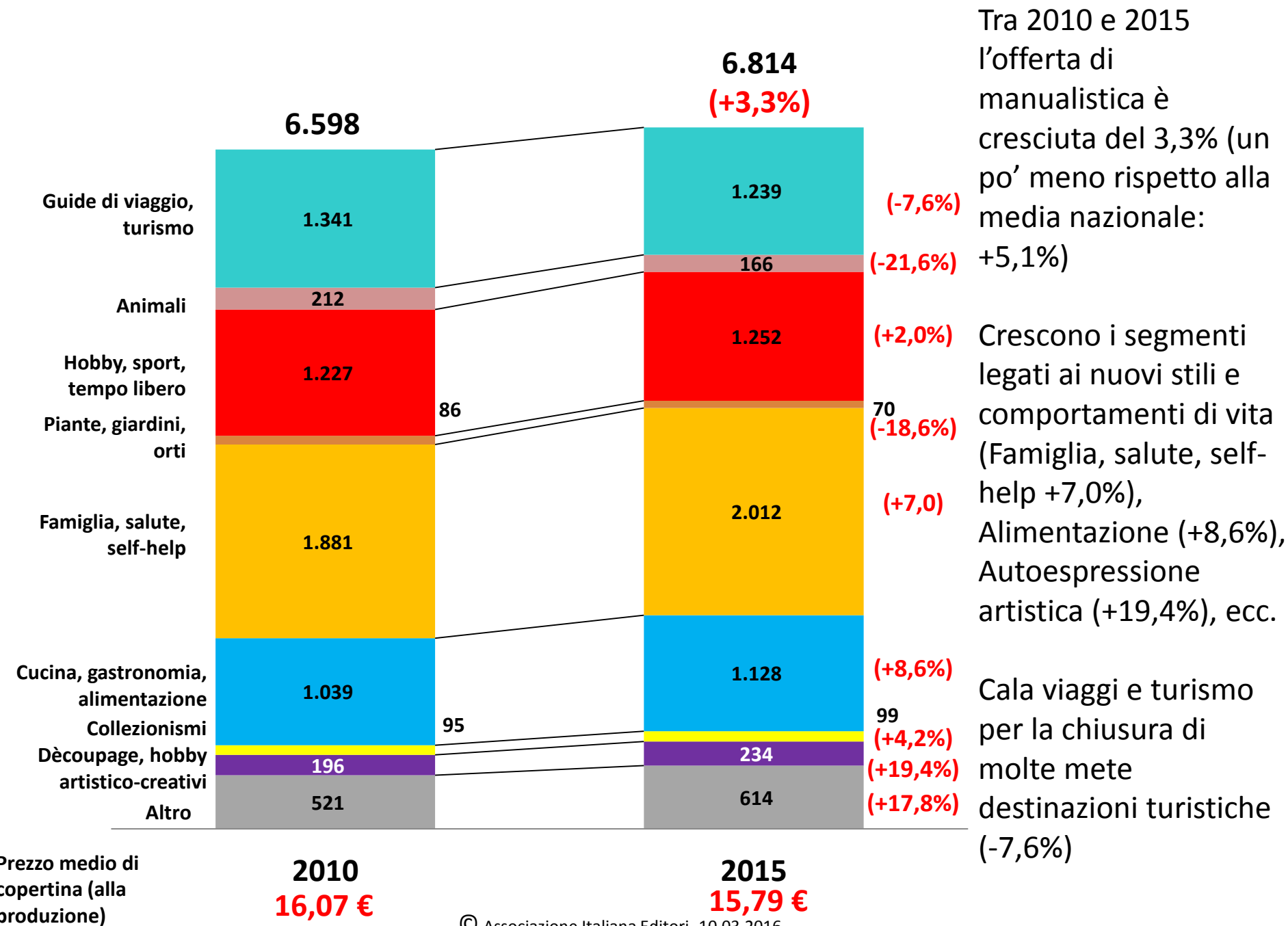
Lettori di «altri  
libri nei 12 mesi  
precedenti» (+6)

# La produzione di manualistica

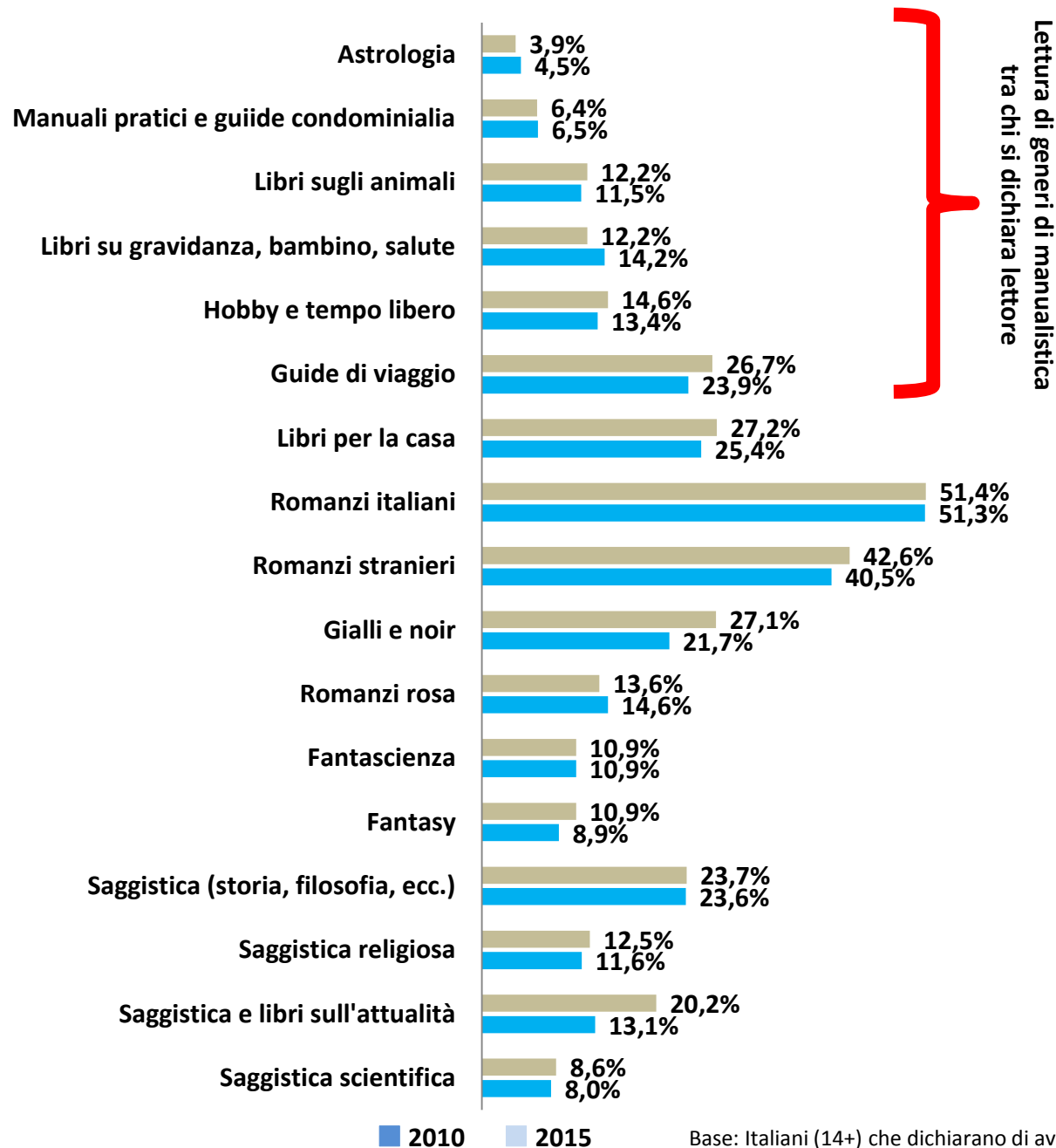
I titoli (novità + nuove edizioni) di manualistica rappresentano (in modo stabile) un 11% della produzione editoriale. Una stabilità che si mantiene nonostante l'offerta di mensili che affrontano tematiche analoghe, talvolta con collane di collaterali allegati.



# La produzione di manualistica per settori



# La lettura della manualistica in Italia



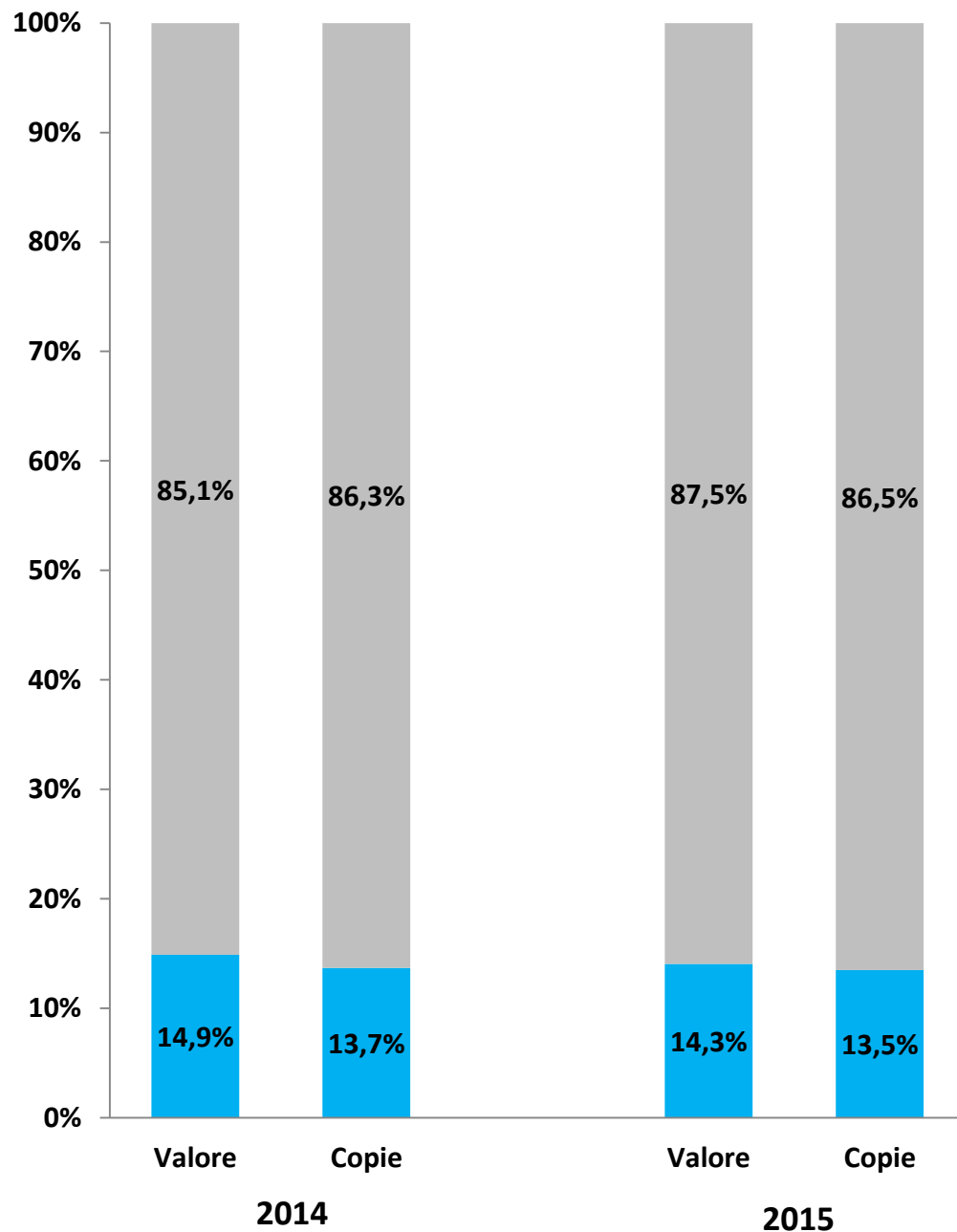
Base: Italiani (14+) che dichiarano di aver letto almeno un libro; risposta multipla

Se consideriamo gli italiani (14+) che hanno letto un libro (lettura di almeno un libro nei 12 mesi precedenti), pur con indicazioni di lettura notevolmente inferiori rispetto alla narrativa (italiana o straniera), quella di genere:

la lettura della manualistica viene praticata (magari occasionalmente) da quote importanti dei lettori italiani

# Il mercato a valore della manualistica

Valori in MI di euro e in %



La non fiction pratica (manualistica) nel suo insieme rappresenta nel 2015 nei canali trade:

il 14,3% a valore dei canali trade (-0,9%) pari a 172 MI di euro

il 13,5% delle copie vendute (-1,9%) pari a circa 12,3 MI di copie.

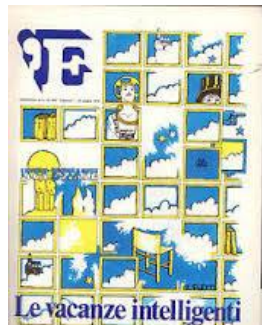
A sua volta la sola manualistica illustrata nei canali trade rappresenta l'1%-2% del valore del venduto.

Famiglia e salute; Mente, c orpo e spirito; Giardinaggio; Auto & moto; Umoreismo; Quiz per il tempo libero; Guide di viaggio; Sport; Food % drink; Self improvement

Altra produzione



# La manualistica si sviluppa sempre più per proposte di segmentazione editoriale di qualità ed eccellenza che intercettino bisogni di lettura del pubblico (Gli stili turistici)



«Vacanze intelligenti»



Viaggio vacanze



Viaggio & avventura



Turismo religioso



Turismo eno-gastronomico  
agroturismo



Città d'arte



Turismo culturale



Hotel de charme



Turismo croceristico



Viaggi nel deserto



Cicloturismo



Turismo d'affari



Turismo naturalistico



# La manualistica si sviluppa sempre più per proposte di segmentazione editoriale di qualità ed eccellenza che intercettano bisogni di lettura del pubblico (Gli stili alimentari)

**Alimentazione vegana**



**Cucina locale e regionale**



**Cucina indiana**



**Cucina giapponese**



**Dieta mediterranea**



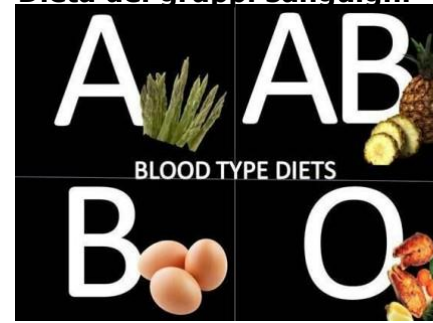
**Cucina francese**



**Cucina macrobiotica**



**Dieta dei gruppi sanguigni**

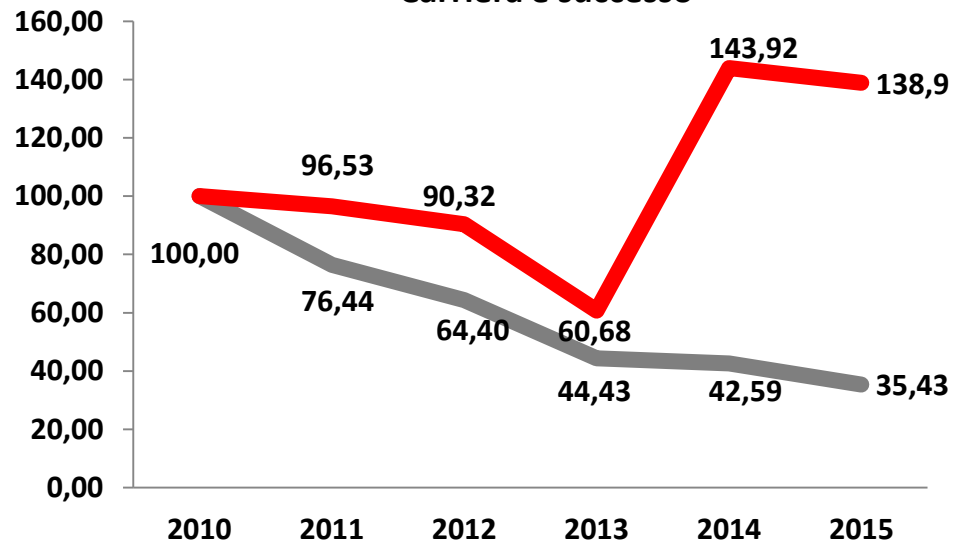


**Cucina veloce**

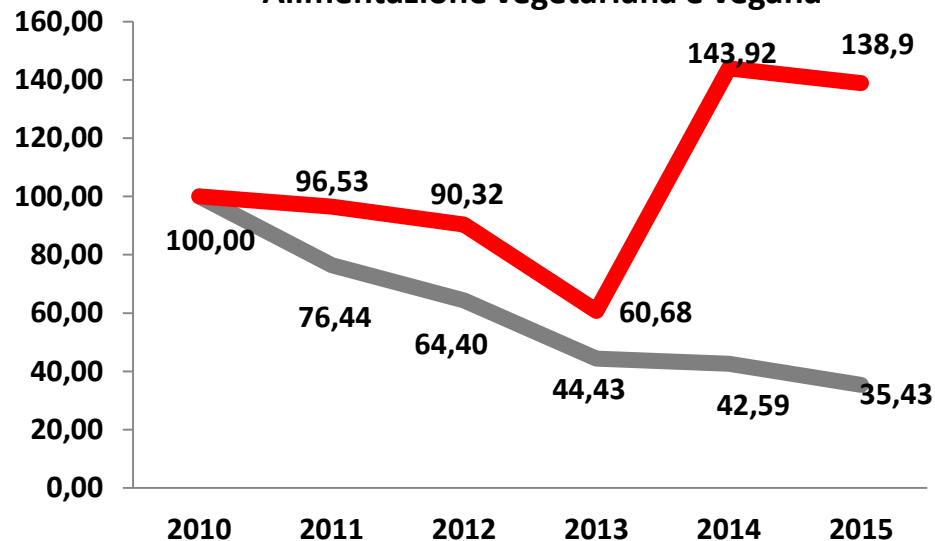


I diversi segmenti presentano però andamenti molto diversi a seconda della domanda e degli stili di vita dei lettori, dei fenomeni mediatici che anticipano o intercettano.

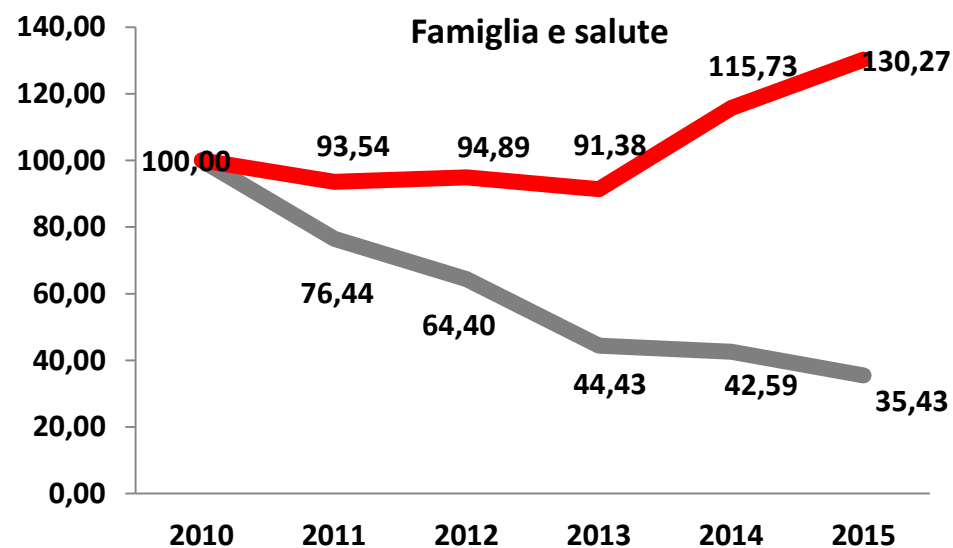
**Carriera e successo**



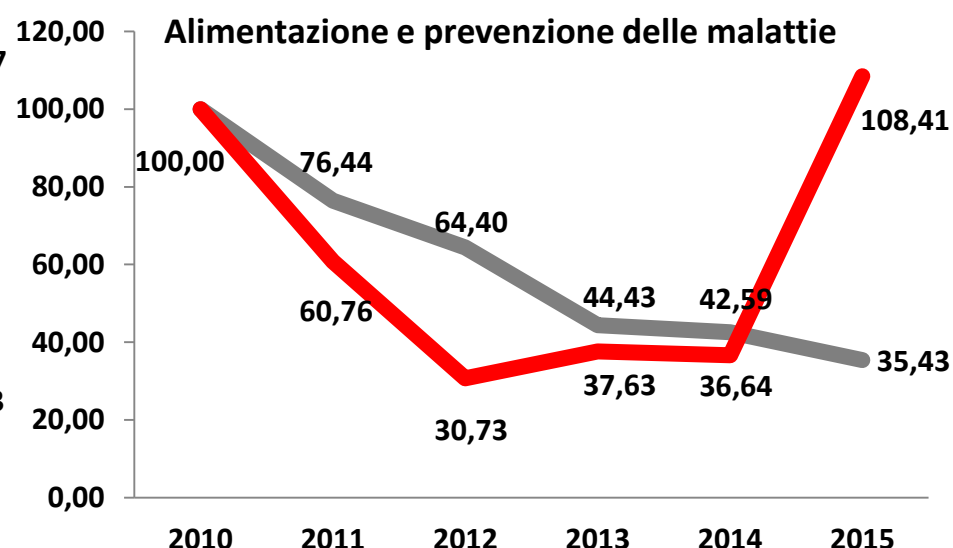
**Alimentazione vegetariana e vegana**



**Famiglia e salute**



**Alimentazione e prevenzione delle malattie**



Media manualistica

Qual è il valore aggiunto editoriale che la manualistica pubblicata dagli editori può dare oggi a persone interessate a temi e argomenti che una volta veniva affrontati solo nelle pagine di riviste specializzate o nei manuali?



CORSI DI LAVORO A MAGLIA AL CIRCOLO IL NOME DELLA ROSA GIULIANOVA (TE) 2016



ABOUT ME



Sono Maria Chiara, la mia missione è quella di creare un posto accogliente nel web dove condividere tutte le nozioni che, giorno dopo giorno, ho imparato e sto ancora imparando. Aiutandoti a realizzare, personalizzare e vendere i tuoi oggetti handmade.

FOLLOW US



che pianta è? Euphorbia myrsinites! - il giardino dalla A alla Z



UN GIARDINO IN DIRETTA

chi sono



seguì Un Giardino In Diretta via e-mail

Email address...

Seleziona lingua ☒ Italiano Google Traduttore

Scopri il giardino dalla A alla Z

chiara maci

HOME IO IO IN CUCINA IO E VOI IO IN VIAGGIO IO ETE IO IN FILA VITADAFOODBLOGGER

SEGUIMI SU

TWEETS

PENNETTE ALLA VODKA & COCKTAIL DI GAMBERI

INVOLTINI DI SPADA & CAPONATA DI PEPPERONI

CHIARA MACI

VITADAFOODBLOGGER





**Grazie!**