

Editori allo specchio

Come sta cambiando la piccola editoria.

ALDUS Room

Giovedì 8 – 12 -2016 / 13.00-13.45

Sono tutte
Storie
Più libri ^e 2016
Tutte le forme della scrittura



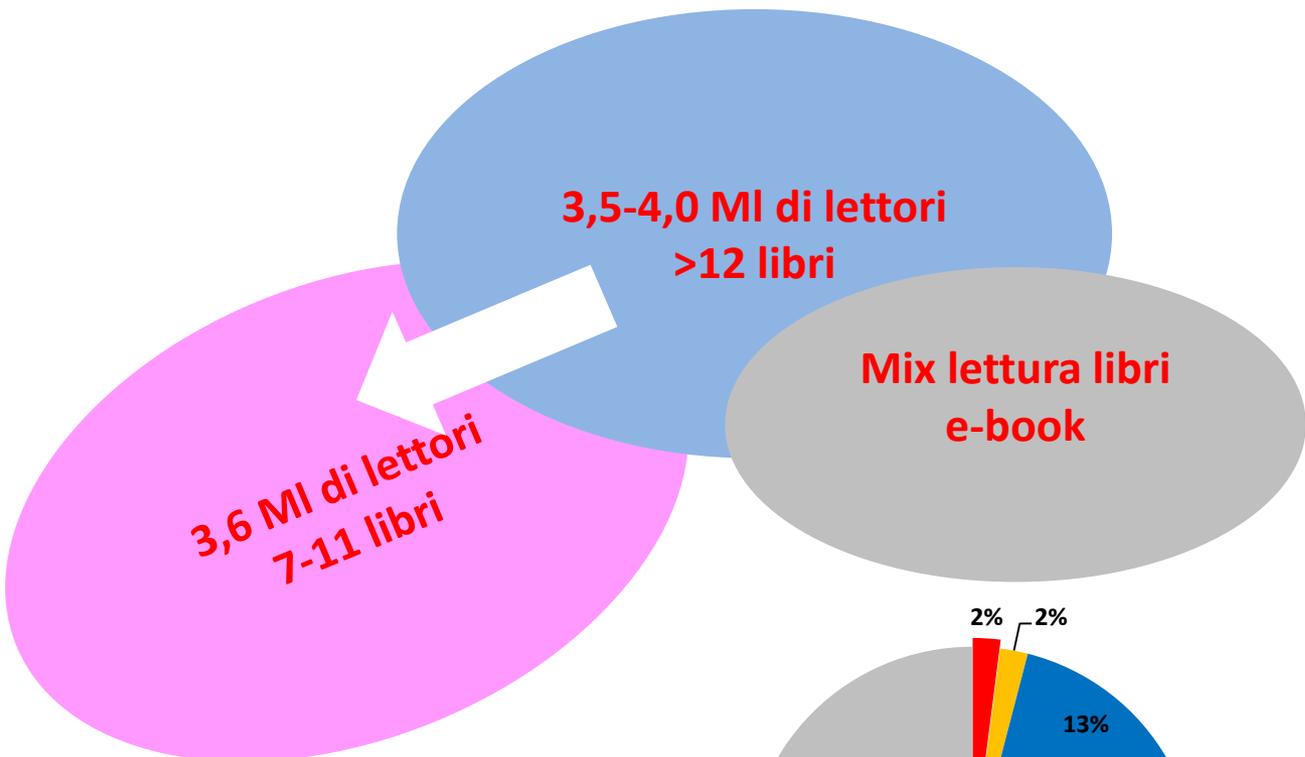
Ufficio studi Associazione Italiana Editori

Più libri ^e

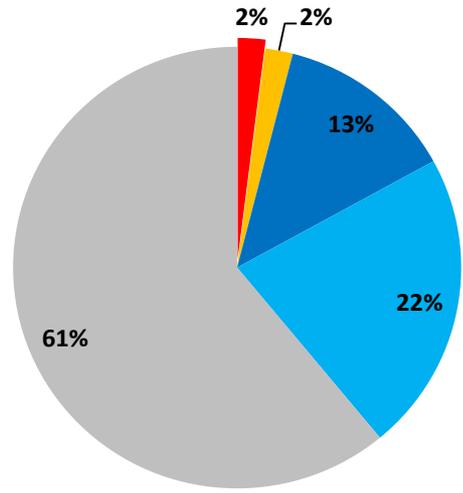
Tutte le forme della scrittura

Comportamenti di lettura e piccola editoria

Valori in %



- Leggono solo e-book. ■ Leggono prevalentemente e-book ma anche qualche libro
- Leggono e-book e libri nella stessa maniera ■ Leggono prevalentemente libri ma anche qualche e-book
- Leggono solo libri



Rispetto al 2010

Letture di libri nel complesso:
 - 2,397 MI di lettori in meno
 Forti lettori: - 704 mila lettori

Maggior resilienza rispetto ai cambiamenti di lettura / acquisto?

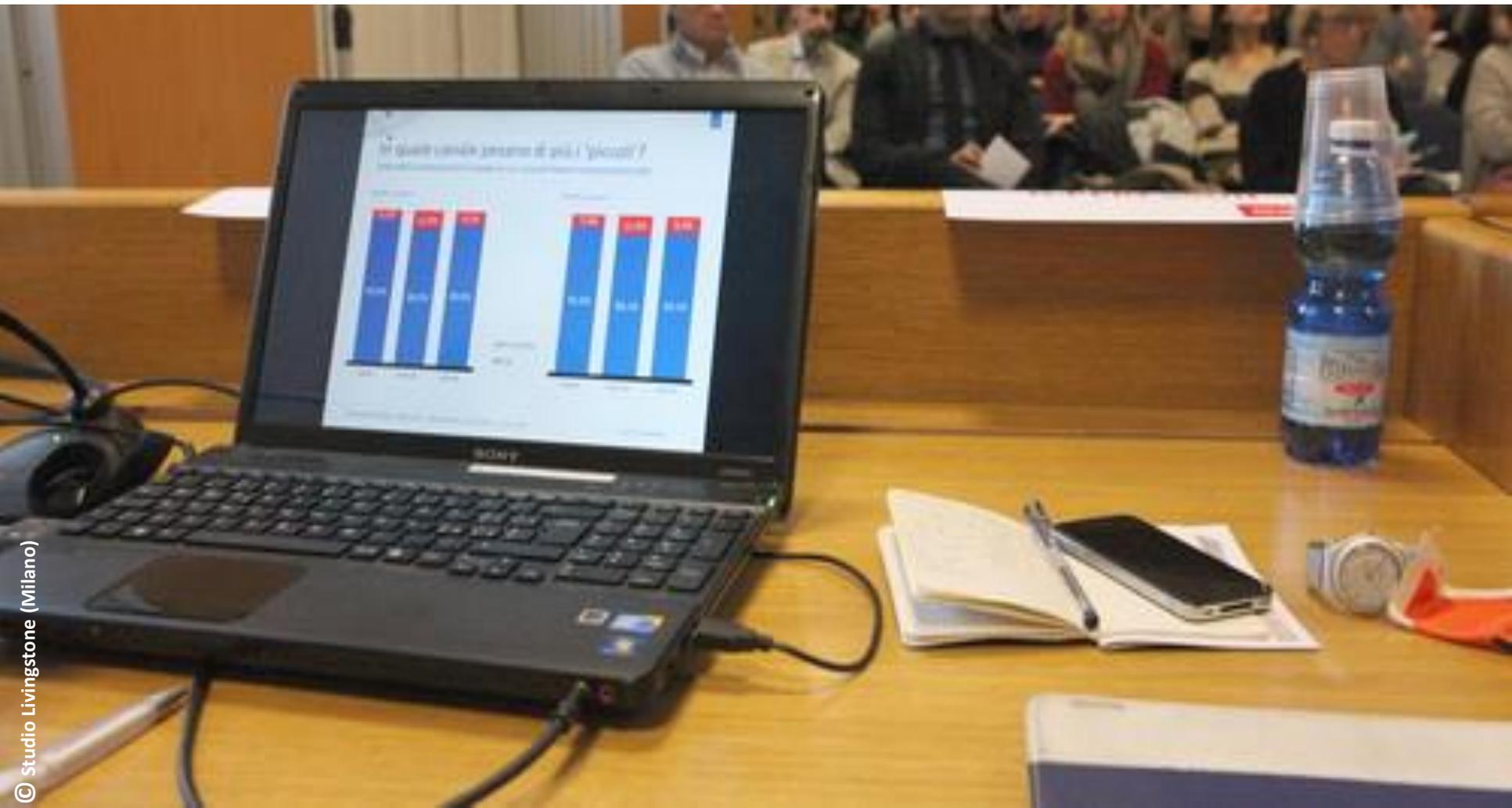
Accentuazioni positive (2015):

- Fasce di età mediane della popolazione (25-54 anni): 46,6%
- Fasce dei giovani anziani (over 65): 21,9%
- Residenti in aree metropolitane (centro), comuni > 15 mila abitanti: 72,6%

Accentuazioni negative (2015):

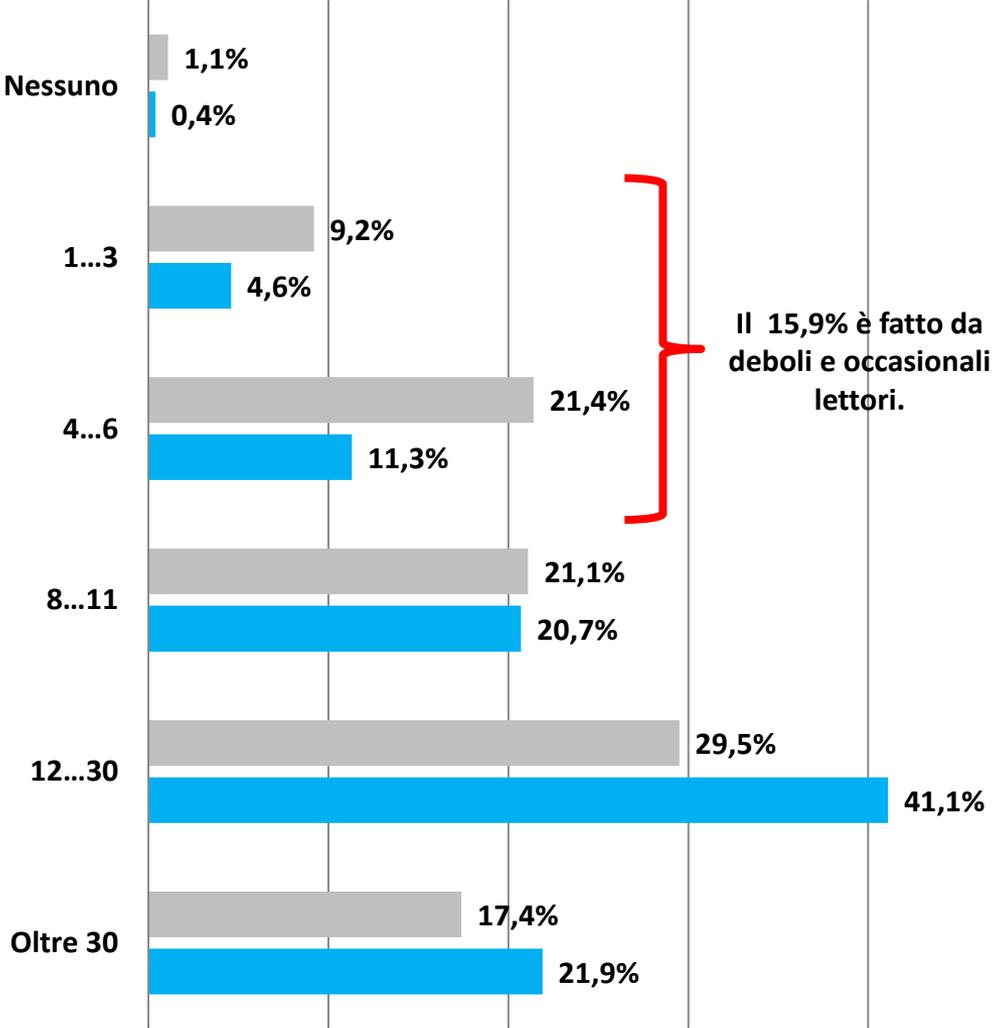
- Fasce giovani e YA: 8,6%
- Accentuano comportamenti di lettura forte superiori alla media solo sui generi (SF, Fantasy, Graphic Novel): 51,7%

I piccoli editori il loro pubblico: con i suoi riti e i suoi miti



Evitare equivoci: il debole occasionale lettore resta anche lui lettore della PE

Valori in %



Il 15,9% è fatto da deboli e occasionali lettori.

Fiere e Saloni sono occasione di intercettare – nella dimensione di «evento» in cui si propongono – anche un pubblico di deboli e occasionali lettori (cfr. *La via italiana alla promozione OPL un anno dopo*, QGdL, 26, 2010).

A PLPL 2015 – visto come un osservatorio dei comportamenti di lettura dei piccoli editori - i deboli lettori sono il 16%.

Crescono certamente di più i fortissimi lettori, quelli che si identificano in un mondo e in un sistema di valori e di narrazioni (per loro) coerenti.

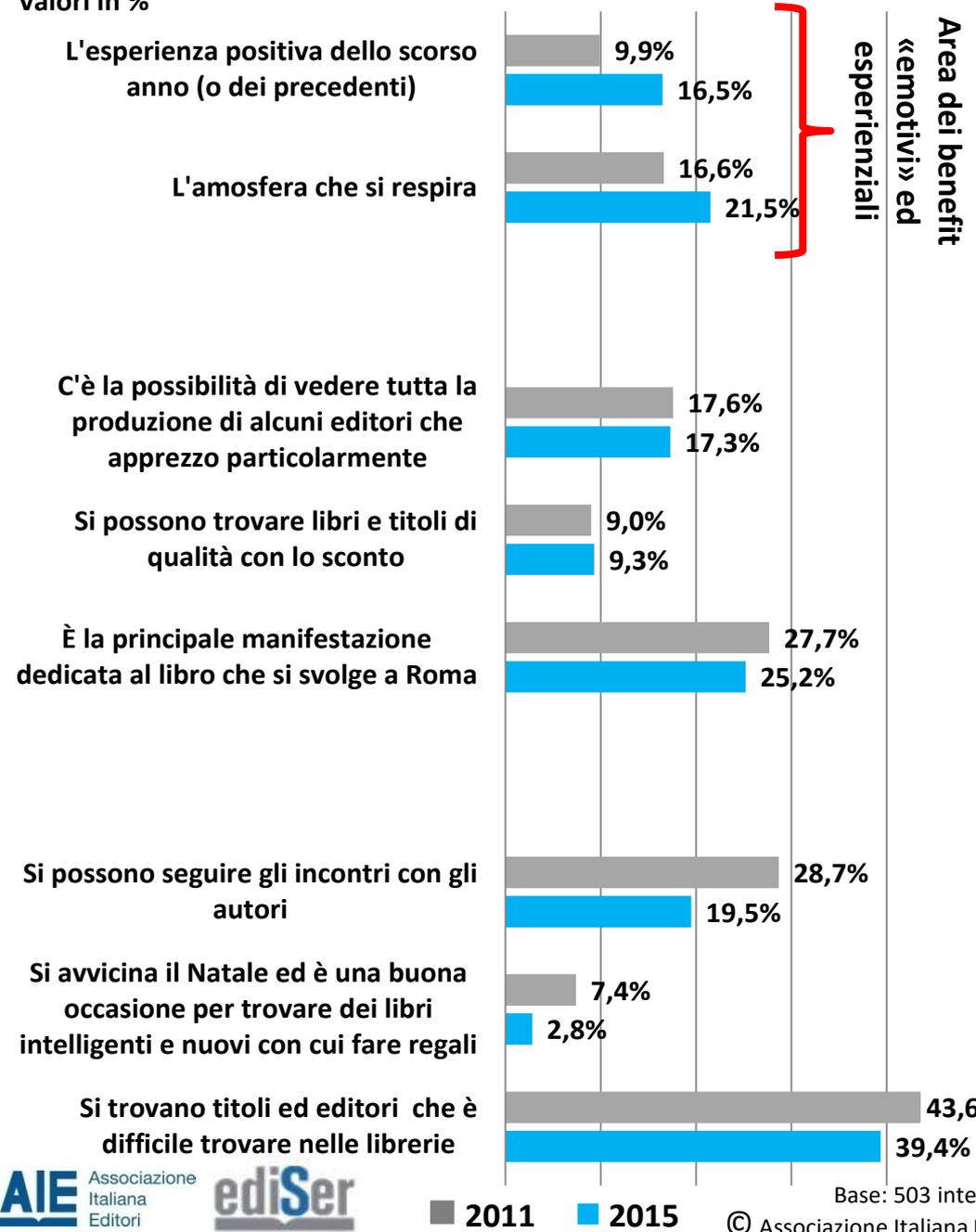
* Nel 2015: libri e e-book

■ 2011 ■ 2015 *

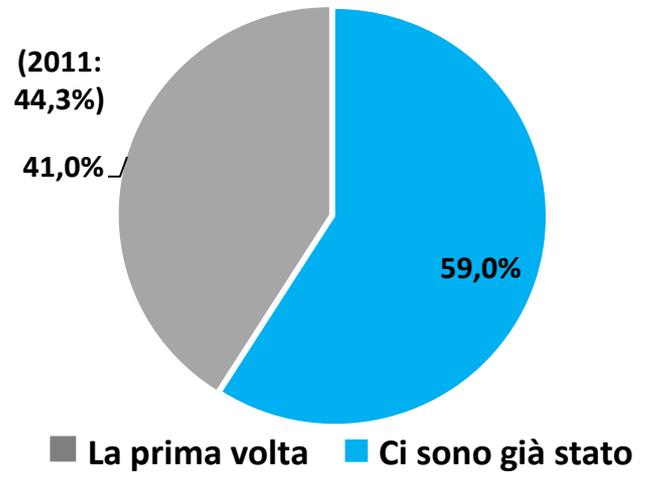
Base: 502 intervistati

È un pubblico fedele ai marchi della PE

Valori in %



Il 41% degli intervistati è un pubblico «fedele» alla liturgia della Fiera (nel 2011 aveva già fatto 3,4 visite medie). Invecchia nella «fedeltà».

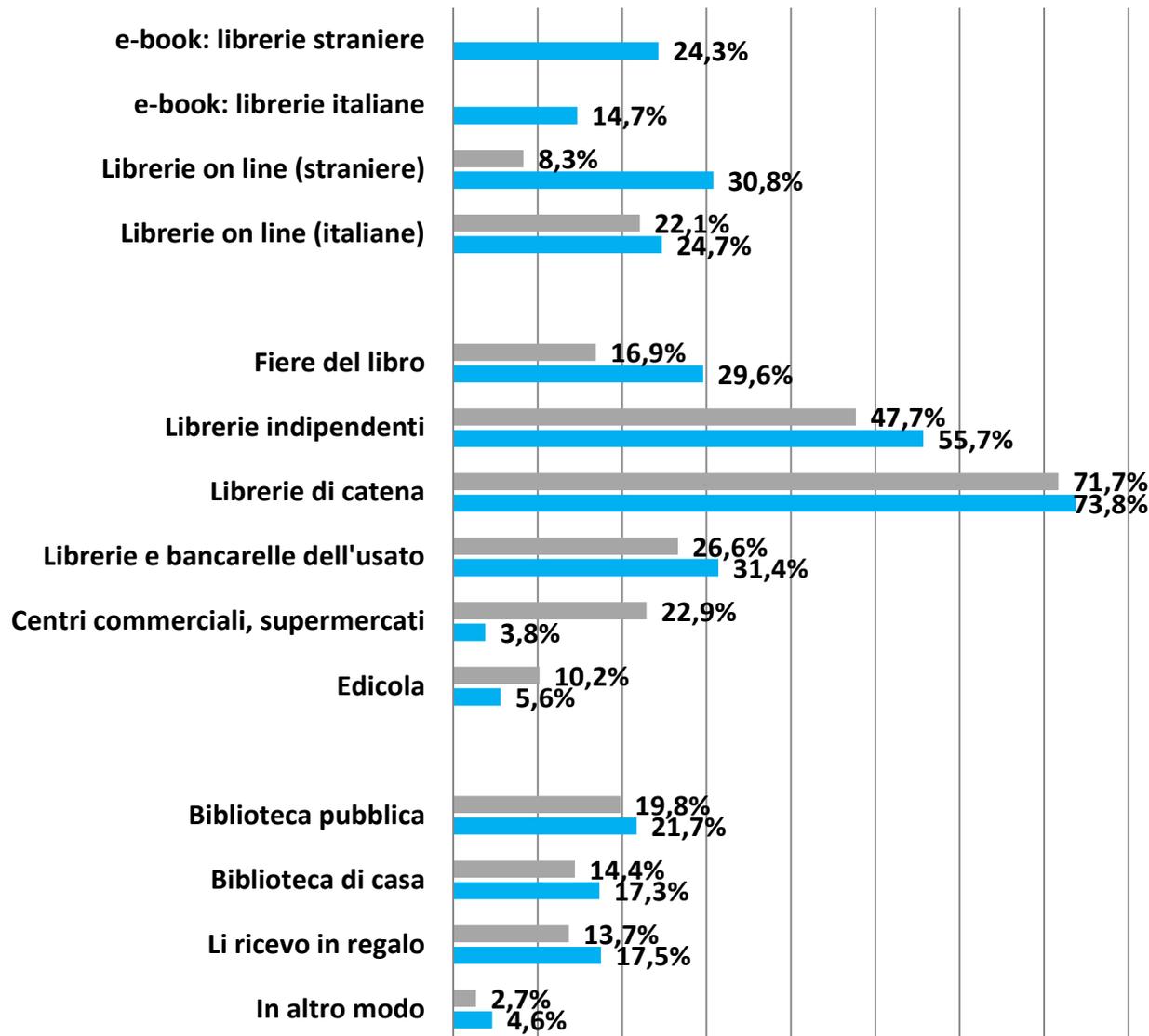


Dobbiamo chiederci «di quali e di quanti valori si caric[a] ancora oggi l'esperienza d'acquisto in termini identitari: tuttavia, è necessario saper vestire questa liturgia di nuovi significanti.»

P. Iabichino, Existential marketing, Hoepli, 2014

È un lettore / cliente che ha abbandonato le ideologie

Valori in %



È un acquirente multicanale, più sensibile al «servizio / sconto» che all'«ideologia» implicita nella scelta:

nell'e-commerce (39,4% store italiani vs 55,1% stranieri)

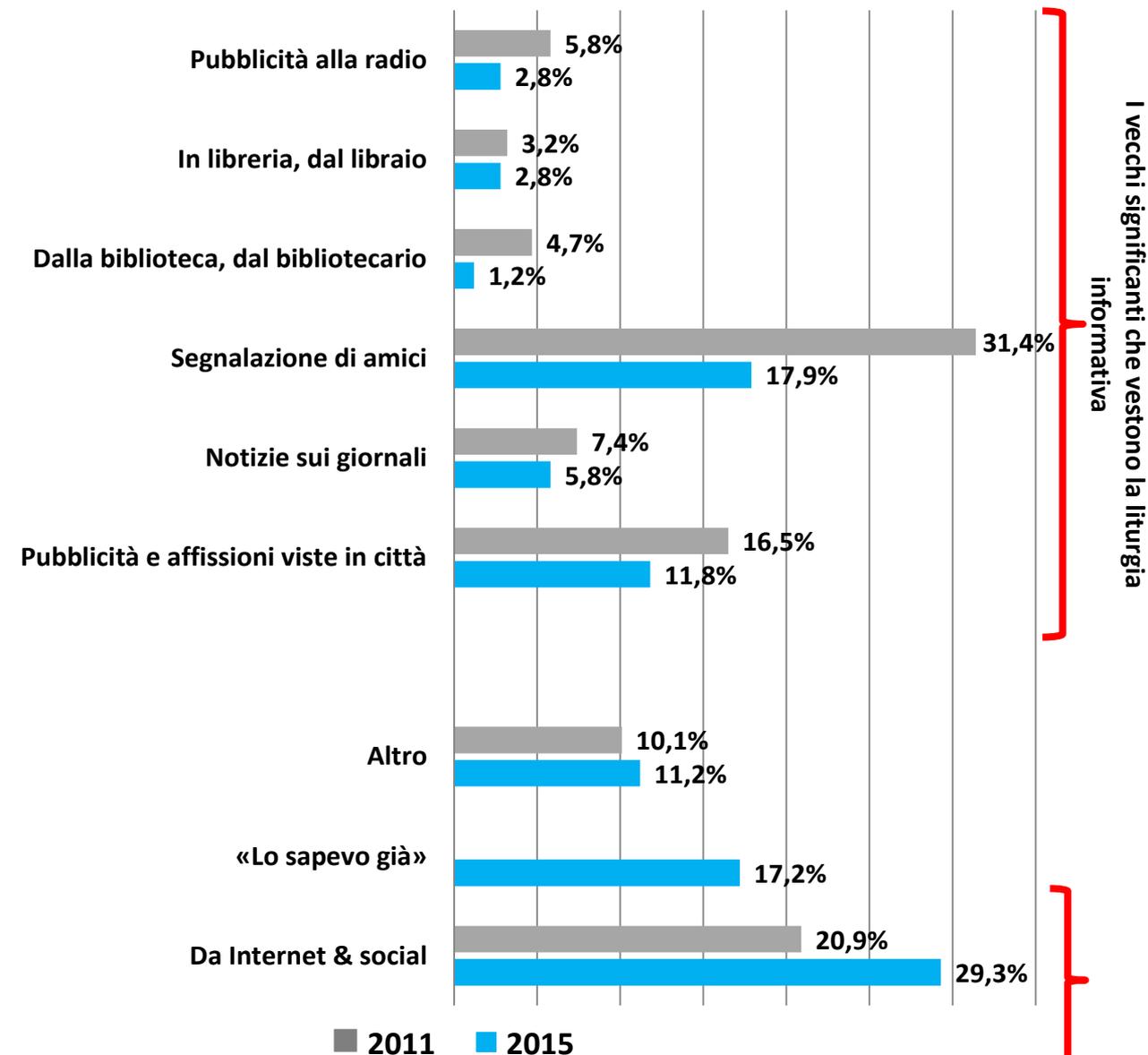
nella scelta della libreria: 73,8% catene distributive vs 55,7% indipendenti

abbandona GDO e l'edicola

premia le fiere: dal 16,9% al 29,6%

È un lettore / cliente che cerca nuove liturgie iper informarsi

Valori in %



I vecchi significanti che vestono la liturgia informativa

Cambiano le liturgie informative attraverso cui si dichiara di aver saputo della manifestazione.

Calano la pubblicità (2,8% la radio e 11,8% l'affissione), il libraio (2,8%), la biblioteca (1,2%), i giornali (5,8%).

Cala – rimanendo importante (17,9%) – il «consiglio di amici» che forse si traveste nella risposta di nuovi paramenti liturgici.

Lo sapeva già il 17,2% che non ha bisogno di ritualità mnemotecniche.

I social (i nuovi significanti che vestono la vecchia liturgia) passano dal 20,0% al 29,3%

Intanto gli incontri vengono seguiti da una prospettiva diversa

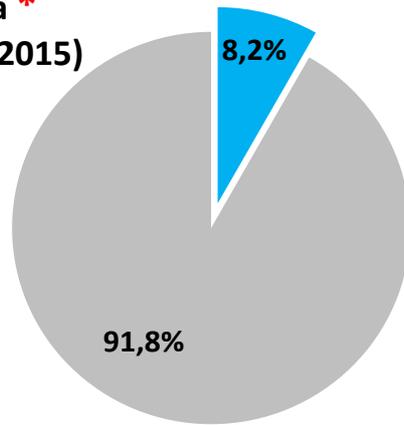


Il pubblico della Fiera e gli e-book, tablet, smartphone

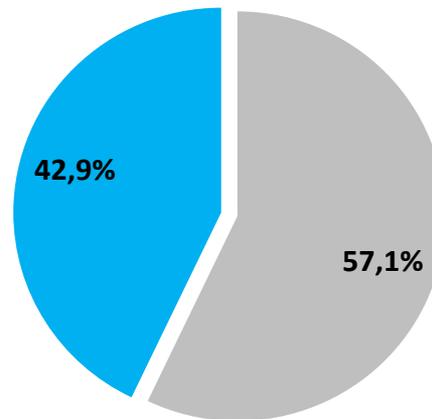


È un lettore / cliente che legge gli e-book più della media popolazione: ma non è un forte lettore di e-book

Valori in %
Italia *
(ISTAT -2015)



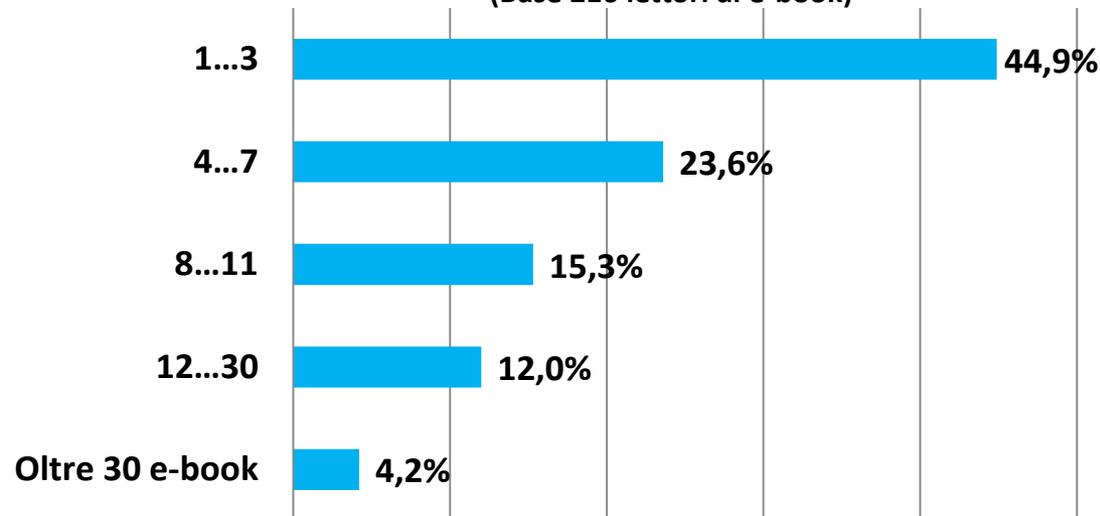
Pubblico dei PE
(2015)



■ Non lettori di e-book ■ Lettori di e-book

* «Hanno letto o scaricato on line libri o e-book»

Lettori per numero di e-book letti
(Base 216 lettori di e-book)



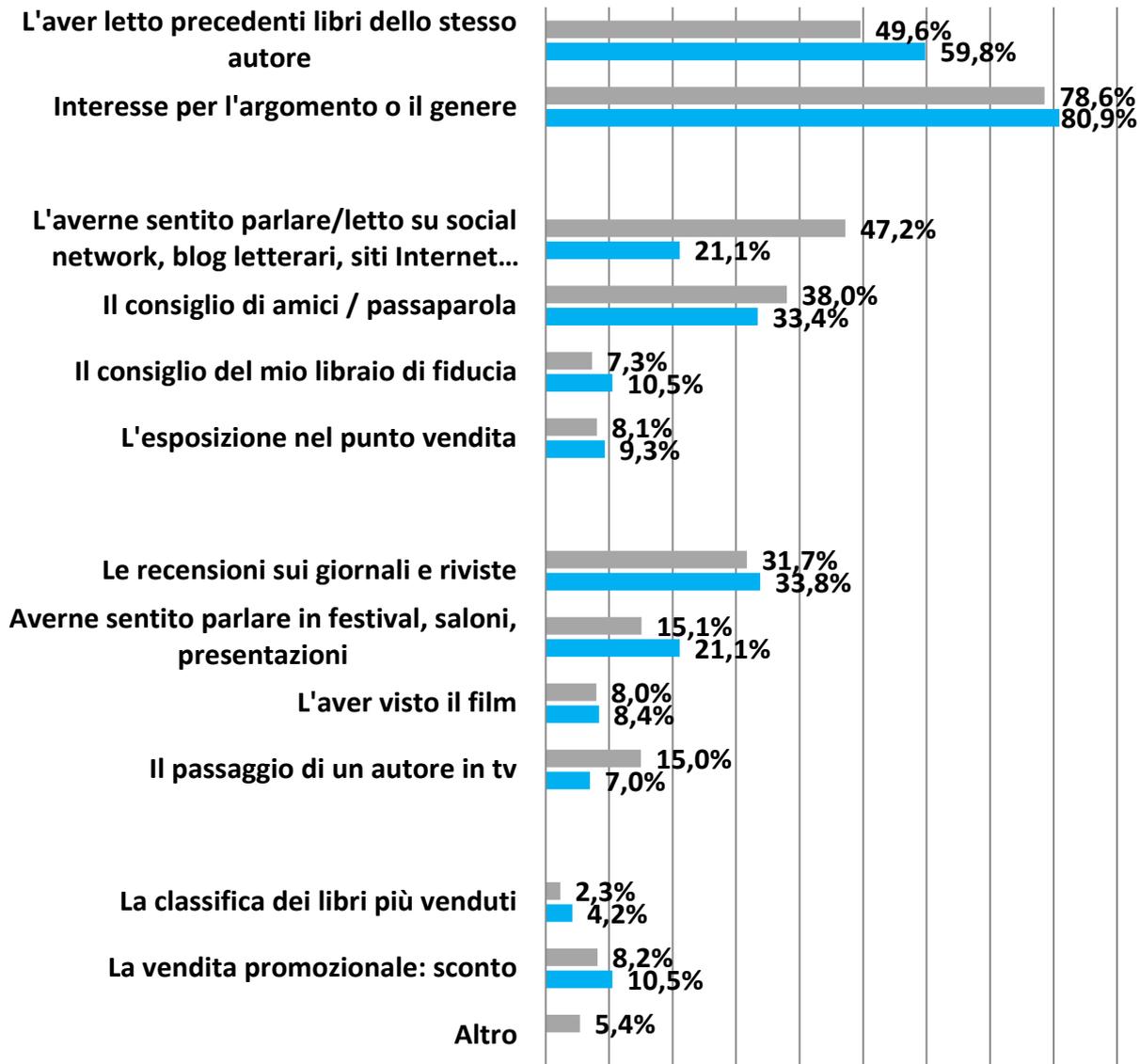
Pur dichiarandosi lettori di e-book in misura notevolmente maggiore (42,9%) rispetto alla media nazionale (8,2%) il 99,6% (14+) si dichiarava lettore anche di libri.

La lettura di e-book resta un'attività «occasionale» per il 44,9% dei lettori.

Comunque il 16,2% ne legge più di uno al mese.

Crescono le componenti valoriali che legano lettore / cliente ai brand PE?

Valori in %



Nelle decisioni di scelta prevalgono il valore autoriale (59,8%), l'autonomia di scelta e gli interessi (80,9%).

Dopo l'ubriacatura dei blog letterari riprendono valore i consigli face-to-face degli amici (33,4%), i consigli del libraio (10,5%), l'esposizione in libreria (9,3%), le recensioni (33,8%: in ogni caso non calano), l'incontro con l'autore (21,1%), e anche le vecchie buone classifiche (4,2%): pesano poco ma non calano tra 2011 e 2015.

Cambiano gli usi che il cliente fa della fiera...



...e di come si informa.

einzelband

Harold

IL COLPASNO
PER TETTO PER
UNA BOCCONICA
D'INVEGNO

Gina Ochsner

Il libro russo dei sogni a colori

SE CERCHI UN
LIBRO TRISTE E
LUNGO PER
FEMME DUEGGI
CON COMPAGNI
QUESTO LIBRO
NON HA NE PREZZO

Nicolas Fargues

Ero dietro di te

IL LIBRO
PER CHI
CREDE NEL
COCO DI
FUCCINE

Philo...
Philo...
Philo...



Philo...
Nott...



Creazioni di comunità al di là del libro e dell'autore. Che sono anche modelli di business diversi e nuovi, che si aggiungono alla vendita di libri

EFFATA EDITRICE
 Libri che aprono la mente ed il cuore. Una pubblicazione con tanta ricerca, con libri e saggi sulla vita. Un linguaggio aperto, senza mai cedere alla convenzione della rivista.
ENTRA

EFFATA TOUR
 Con il viaggio alla scoperta e negli spazi. Questo viaggio con Effata: con il programma a misura di persona. Le maggiori opportunità di un mondo straniero facile, la macchina, l'esperienza del turismo e del viaggio.
ENTRA

Effata Editrice di Polignano Grotte SAS
 C.F. P. 01281911241 - P.IVA 01914701241
 Via In. Uchi, 1 - 70030 Grottole (CT)
 Telefono 095 0121 355402 - Fax 095 0121 355223
 info@effata.it

Effata Tour di Polignano Grotte
 C.F. P. 01281911241 - P.IVA 01914701241
 Via In. Uchi, 1 - 70030 Grottole (CT)
 Telefono 095 0121 355402 - Fax 095 0121 355223
 info@effata.it

IPERBOREA PROGRAMMA PROTAGONISTI CONTATTI PRESS ARCHIVIO HOME

I BOREALI NORDIC FESTIVAL 2016

I BOREALI 2016 NORDIC FESTIVAL
 che per quattro giorni ha animato il Teatro Franco Parenti con incontri letterari, concerti, reading, corsi di lingua, food, workshop dal Nord Europa, non si esaurisce a MILANO, ma nel corso dell'estate farà tappa in altre città per portare il meglio della cultura nord-europea nel resto d'Italia.
 Nell'elenco del programma dettagliato degli appuntamenti, ecco qualche anticipazione, segnate tutto in agenda:

9-10 giugno I BOREALI - VENEZIA
 in collaborazione con la libreria Marco Polo@Santa Margherita, tra i vari eventi segnaliamo la partecipazione dello scrittore islandese Jón Kalman Stefánsson con il suo nuovo romanzo "Grande come l'universo".

6-7-8 luglio I BOREALI - TORINO
 insieme alla libreria L'Espresso, ospiterà il corso della libreria Iperborea e molti altri incontri.

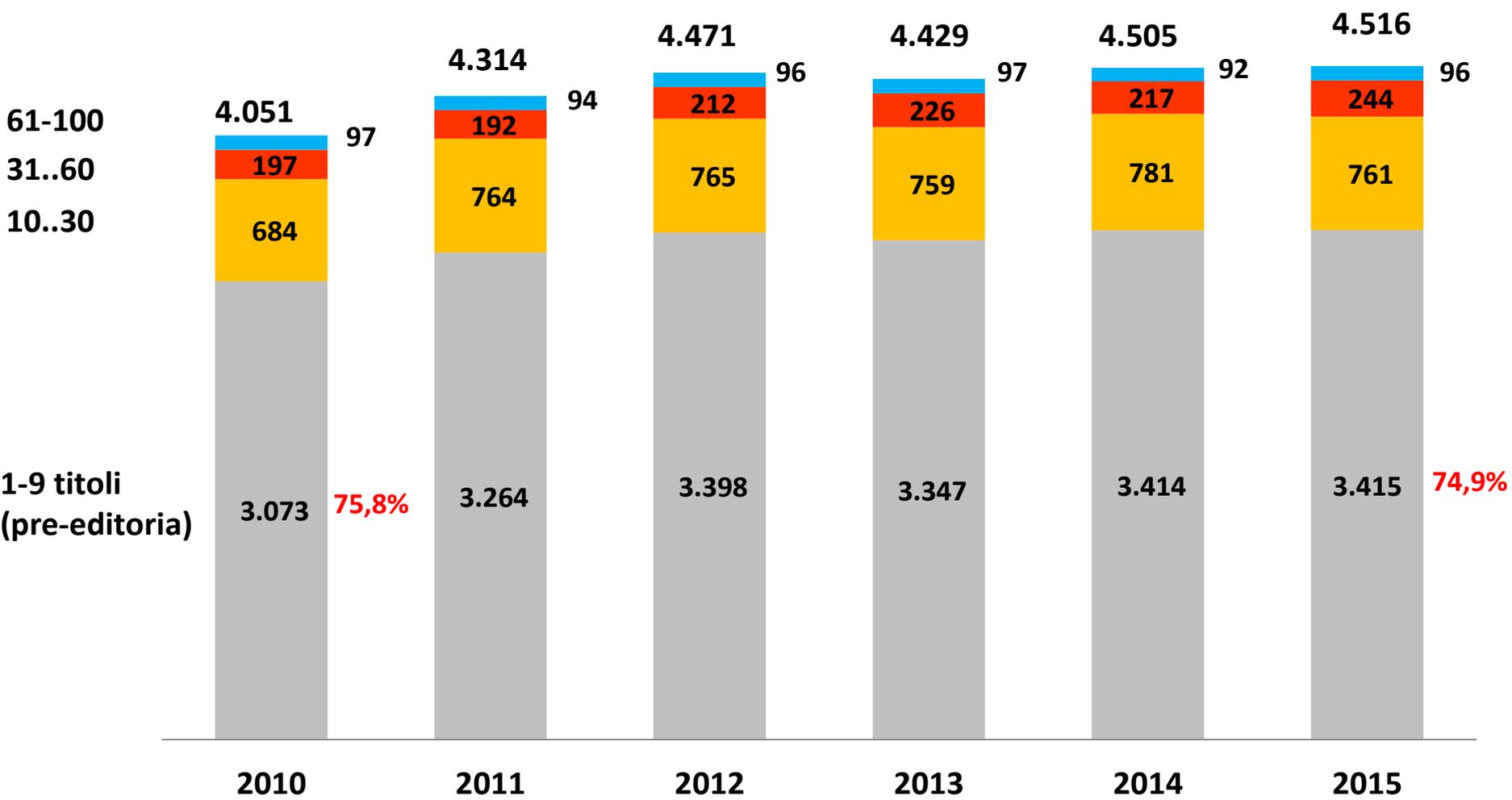
13-14 luglio I BOREALI - FIRENZE
 alla libreria Fudo Mondo, sarà invece protagonista il danese Madsen Broek, autore de "Le vite perfette di William Sallis", Premio Bantam Latios e Premio Kallipos 2015.

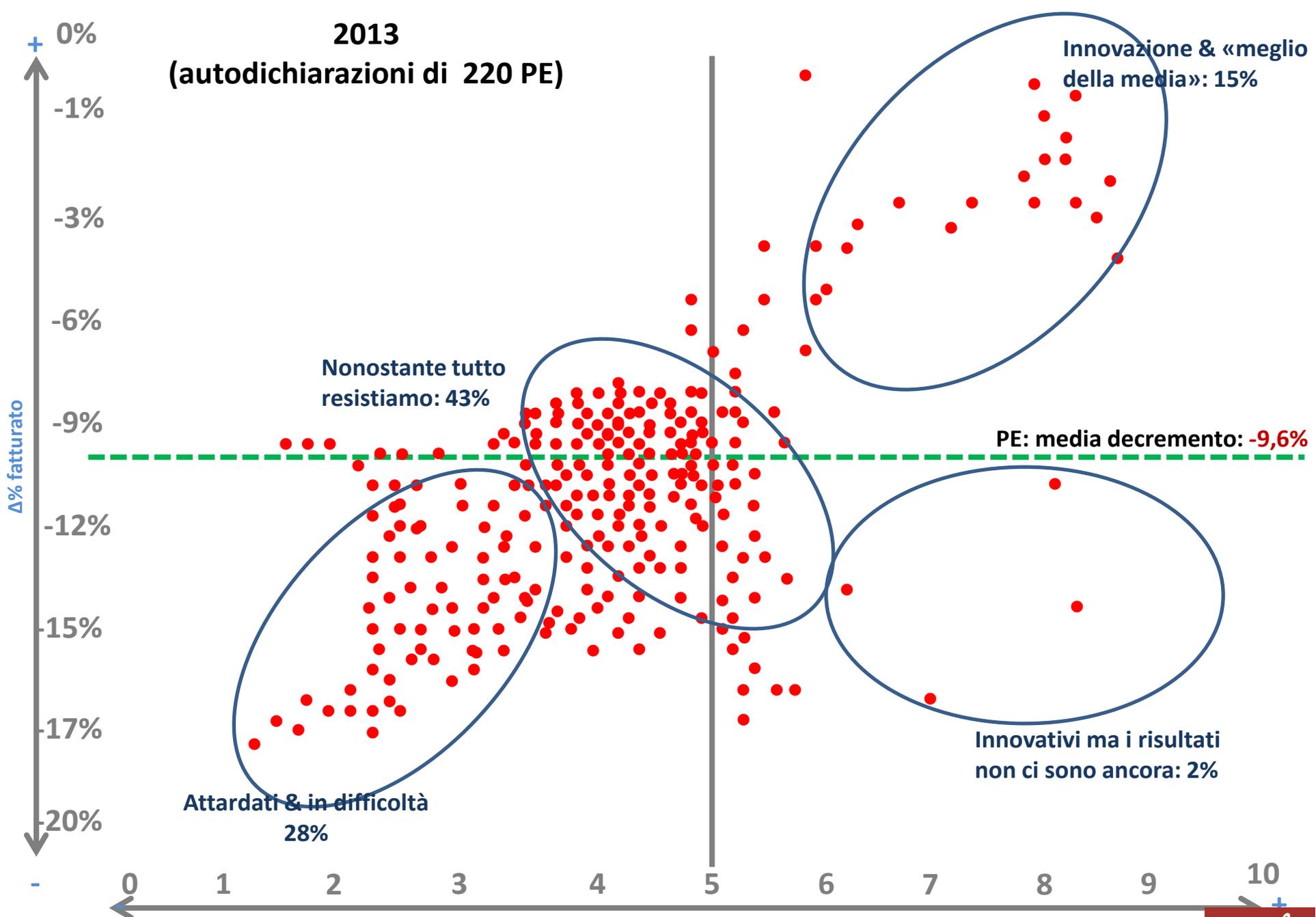
A fine del viaggio tra le quattro città sarà il Grande Festival, lo story show condotto da Matteo Cecchi e Federico Bonaschi di Rai Radio 2 in collaborazione con i libri.

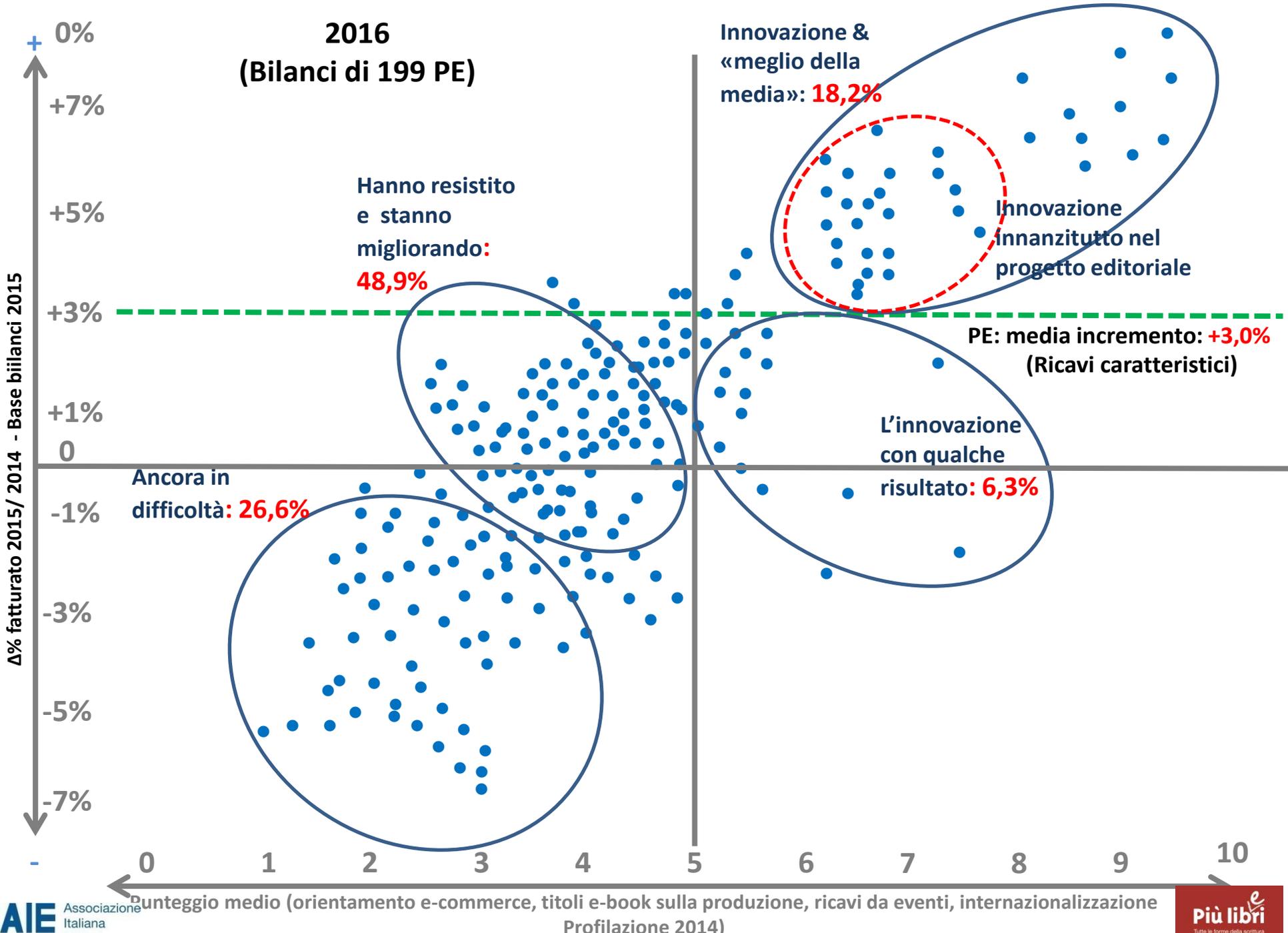
Un'idea comune in Islande scandinava e un salotto in un'aula, un mercato letterario con un corso parlato alle isole Spallardi, una disavventura nella metropoli di Copenhagen, un viaggio di 30 ore in autostrada dalla Finlandia alla Lapponia. Cosa è esattamente il Grande Festival? Vi mostriamo a pagina guardando online.

La piccola editoria per numero di titoli pubblicati

Valori in numero di imprese e il %







Più libri^e

È tempo
di leggere.

Grazie!

Ha collaborato all'indagine sul pubblico l'Università di Tor Vergata