

L'alba del nuovo giorno

Il mercato del libro in Italia nel 2015

di Giovanni Peresson

giovanni.peresson@aie.it



Scuola per librai Umberto ed Elisabetta Mauri
Venezia – Isola di San Giorgio – Fondazione Cini
XXXIII Seminario di perfezionamento
29 gennaio 2016



2015

1

**La domanda del cliente:
la lettura tra carta e digitale.**

2

**L'articolazione dell'offerta carta /
digitale (la produzione).**

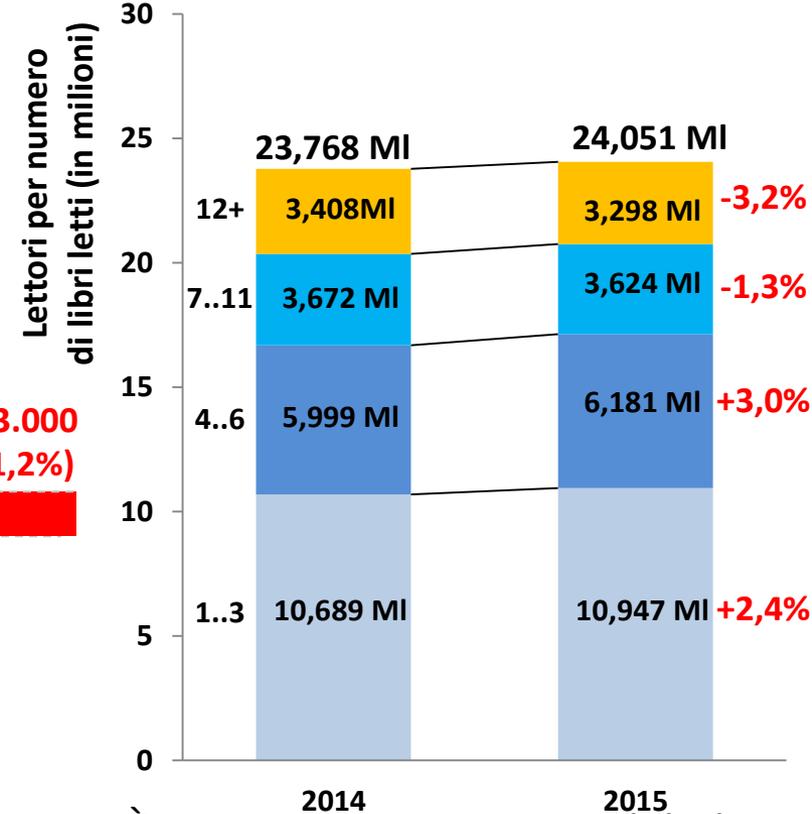
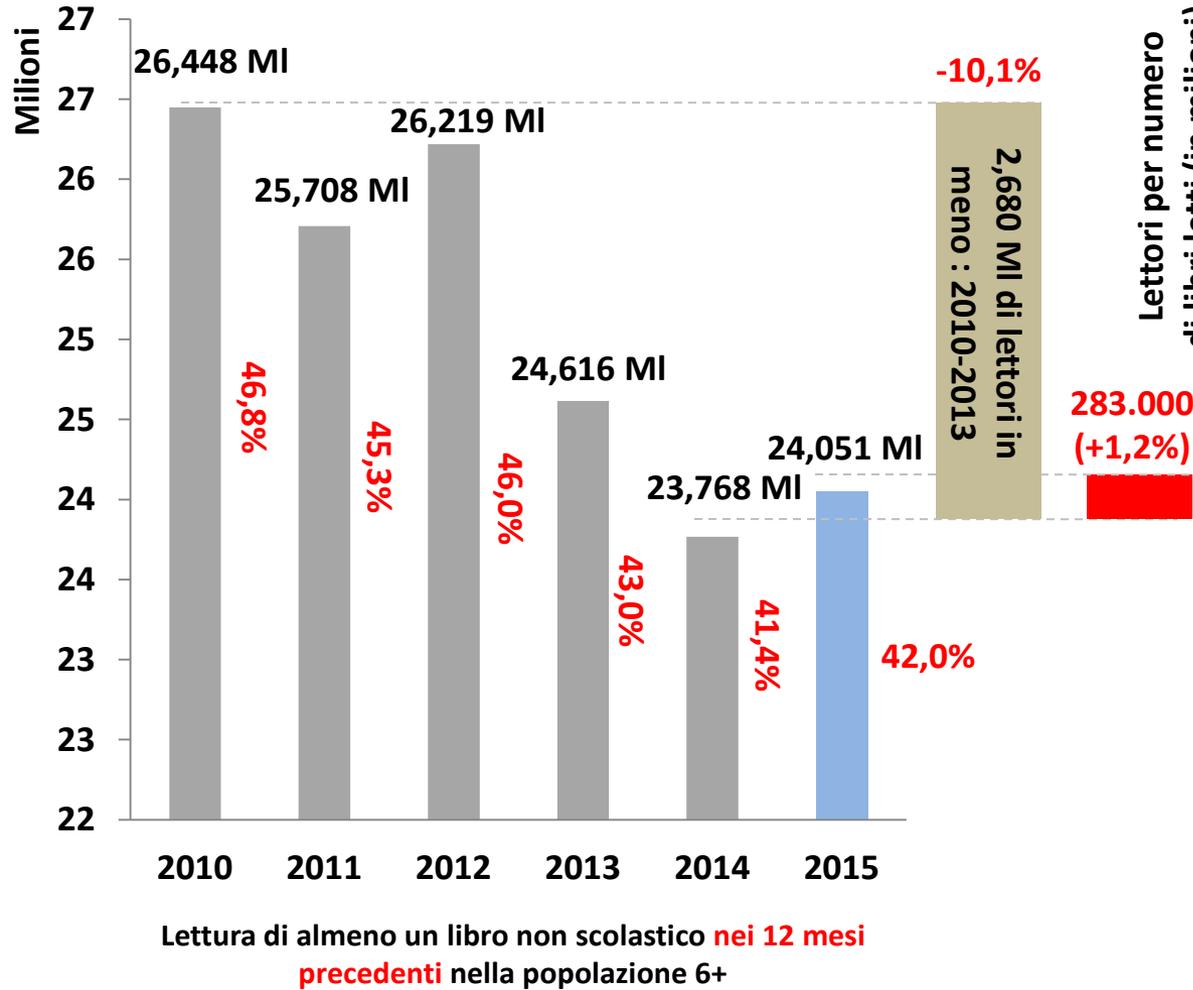
3

**Le vendite trade: carta / digitale (i
risultati).**



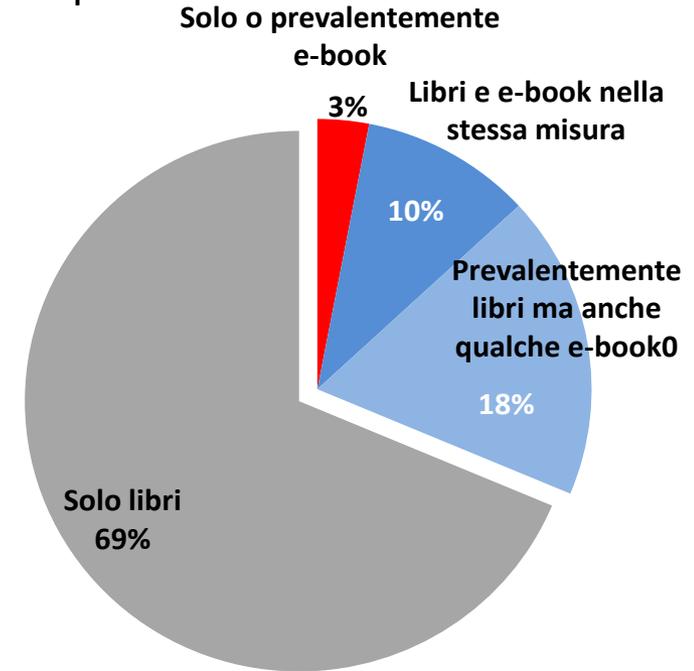
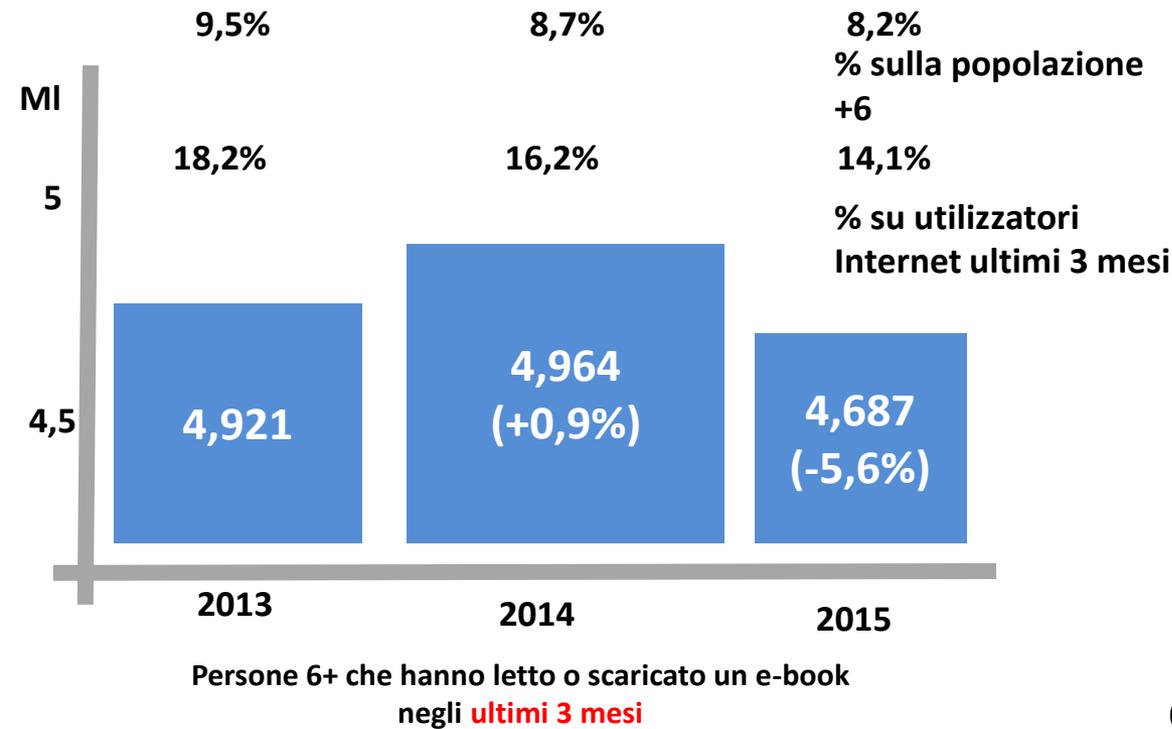
La domanda: la lettura

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

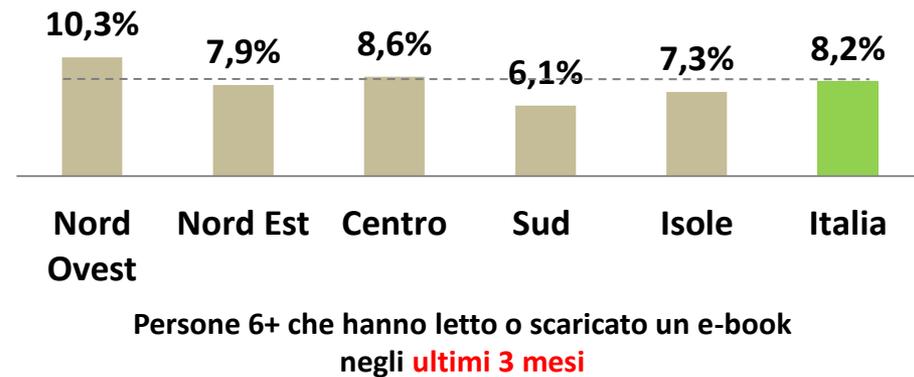
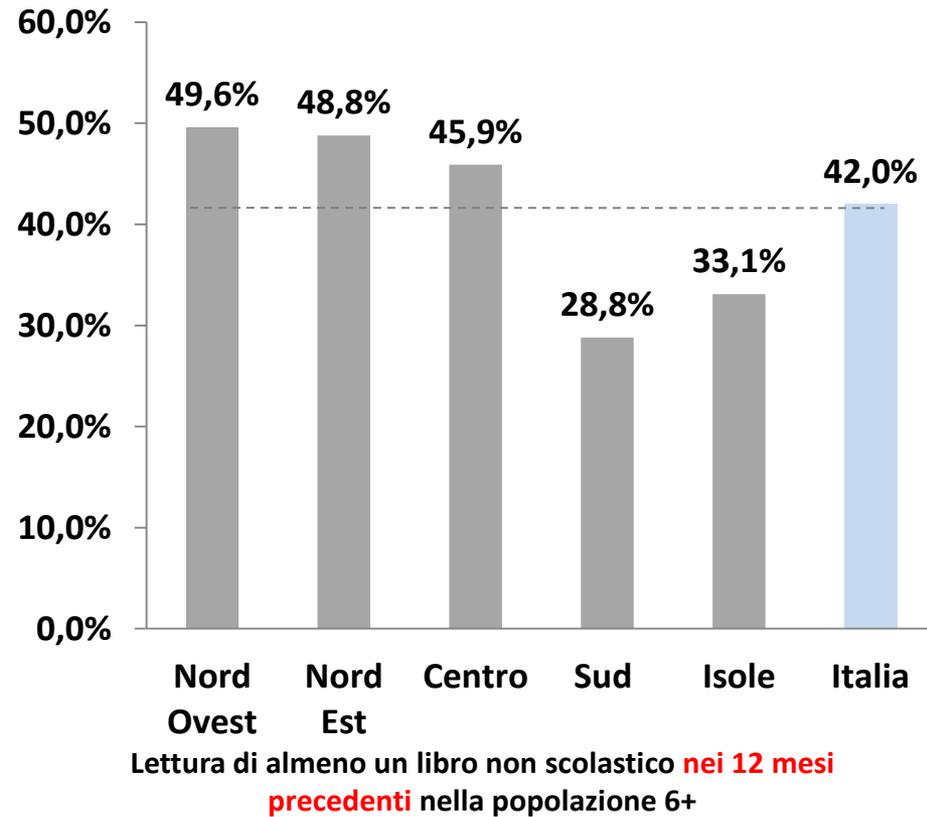


Fonte: Ipsos, popolazione 18+

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.

Cambiano i paradigmi attraverso cui abbiamo guardato fino a pochi anni fa ai comportamenti dei lettori e dei clienti.

L'e-book non sarà la soluzione per ridurre le distanze nella diffusione della lettura tra aree geografiche; ma indica come il Web, i social, le piattaforme, ecc. ridisegnano una nuova geografia di opportunità (e innovazioni) carta / digitale (il 28% legge e-book ma anche libri; Fonte Ipsos) per il futuro.

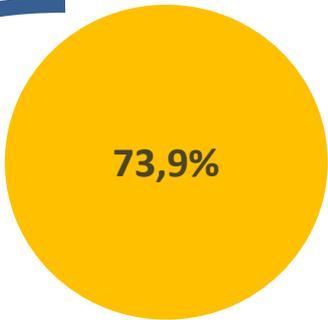




Hanno usato (2005) Internet negli ultimi 3 mesi (6+)
33,299 MI



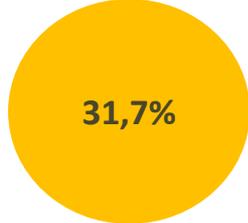
23,632 MI



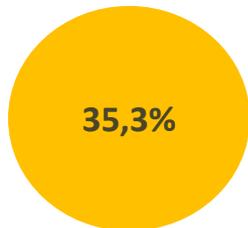
Leggere giornali, news da siti di giornali riviste, ecc.
17,485 MI (-1,7%)



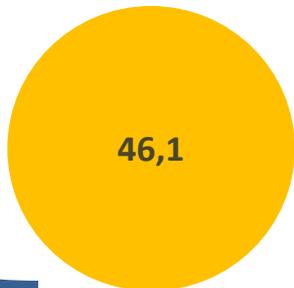
Leggere (o scaricare libri) e e-book, ecc.
4,687 MI (-5,6%)



Guardare programmi televisivi sul Web
7,483 MI (-4,4%)



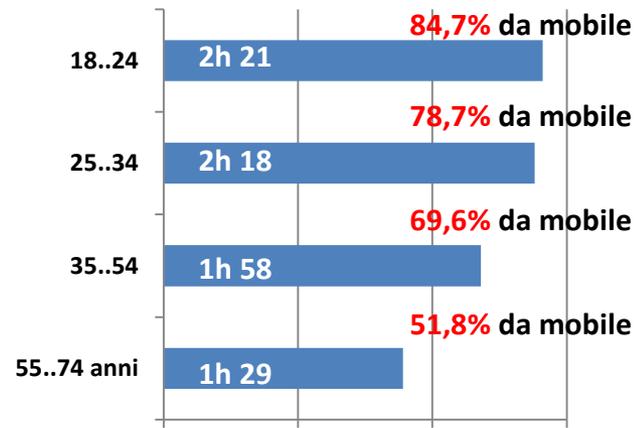
Guardare film in streaming
8,349 MI (+4,8%)



Guardare video in streaming
10,905 MI (+0,7%)

La lettura di giornali o news on line (gli abbonamenti on line sono il 15,6% delle copie diffuse; il 5,2% nel 2013) o di e-book rappresentano una quota rilevante nell'uso di Internet (fisso + mobile).

L'accesso alle «storie» però passa anche da piattaforme tecnologiche che propongono forme avanzate di serialità televisiva con cui la lettura di e-book deve confrontarsi. E con cui la lettura in generale si misura nella diversa organizzazione del tempo

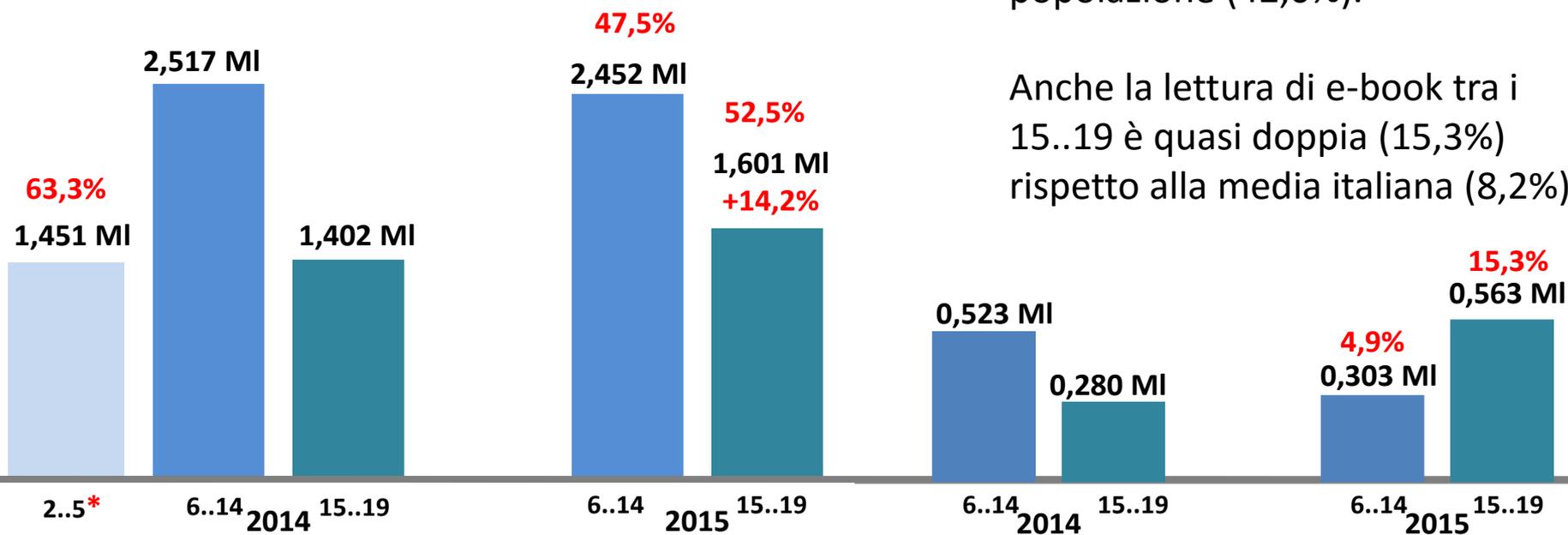


La lettura si era infiltrata nei luoghi della mobilità ben prima della diffusione di tablet ,e-reader e smartphone.

**I generi letterari sono le narrazioni ideali per questi luoghi.
I device, le piattaforme che rispondono meglio a un diverso modo di organizzare il tempo della lettura.**



MI



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

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

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 WhatsApp, Netflix, e l'acquisto on line.

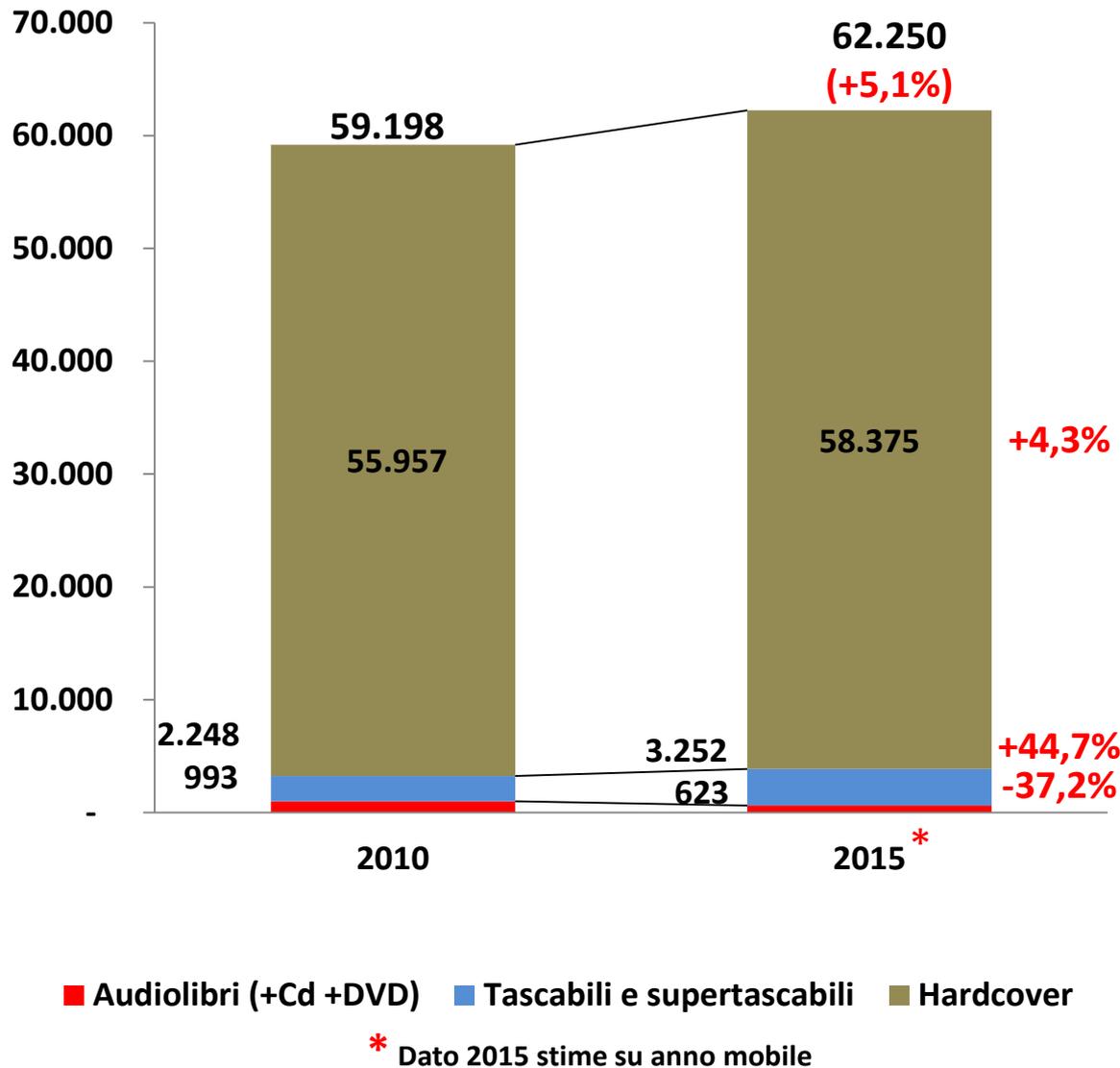
Bambini (6..14: 46,5%) fasce pre-scolari (63%), YA (52,5%) continuano a leggere più libri rispetto alla media della popolazione (42,0%).

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



L'offerta: la produzione

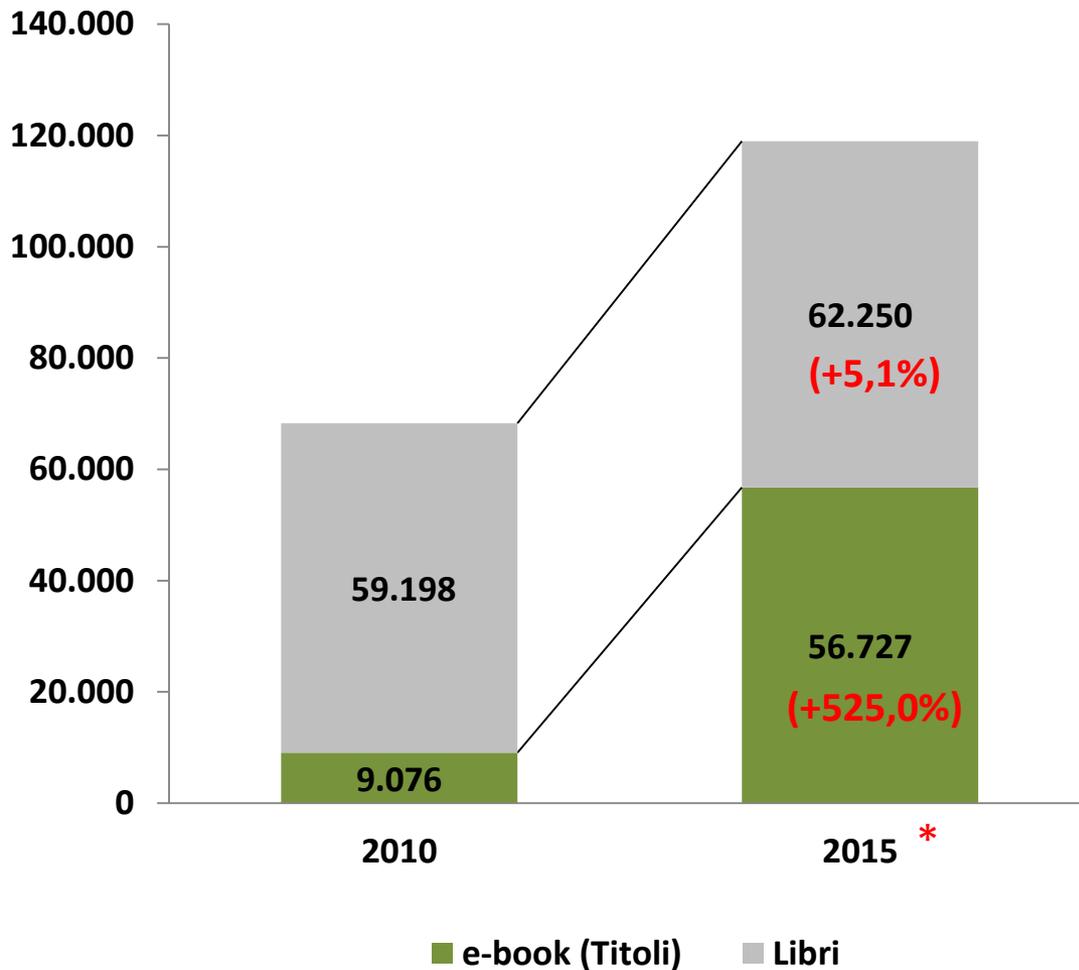
Il pubblico ha oggi a sua disposizione un'offerta di libri più ricca e articolata in termini di formati rispetto a 5 anni fa. Ha maggiori possibilità e libertà di effettuare le sue scelte. E in termini di generi che compongono l'assortimento delle librerie.



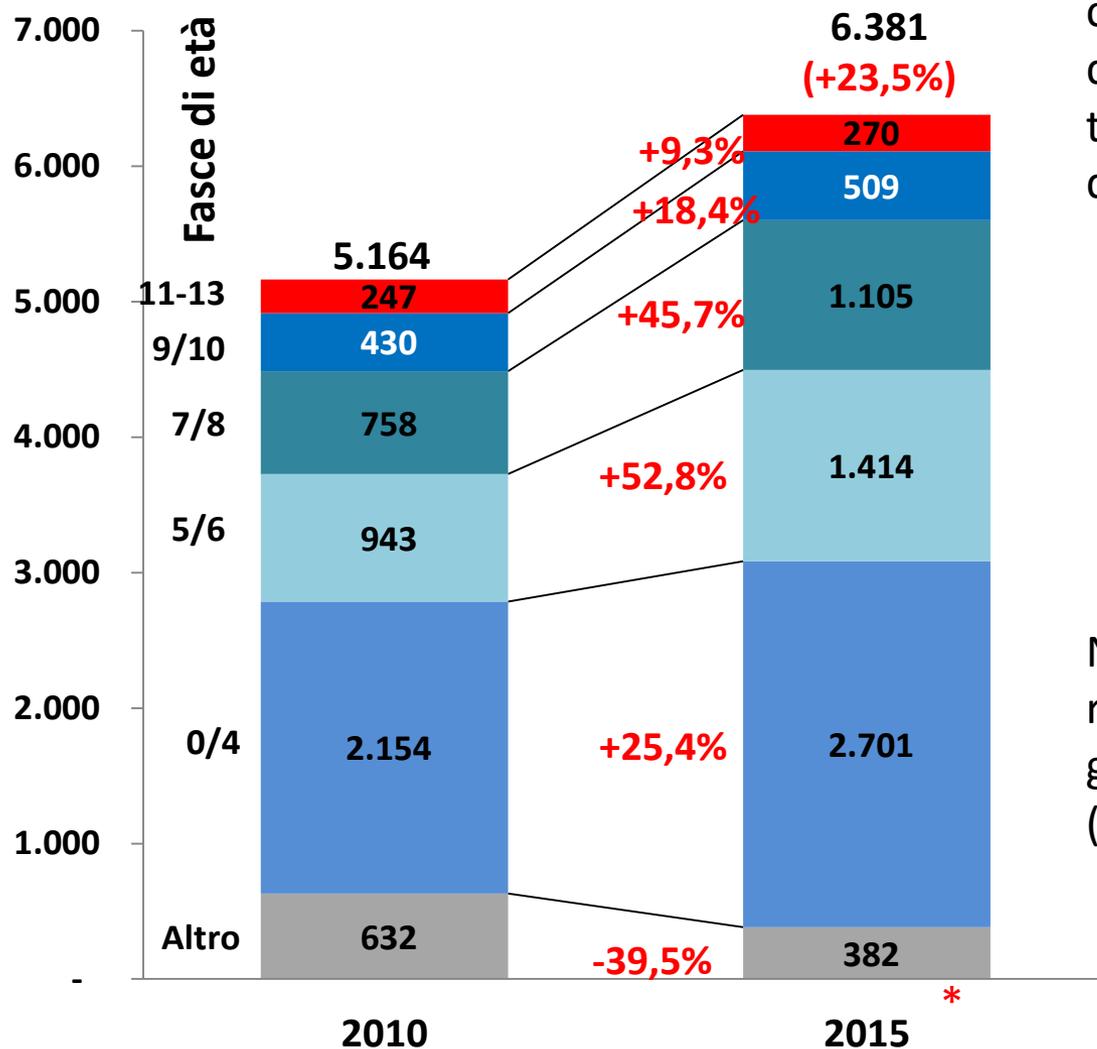
A una più ricca offerta di libri si aggiunge quella di e-book (56.700). Il lettore ha la possibilità di scegliere modi differenti di leggere che gli offrono benefit diversi, rispetto solo a 5 anni fa. Gli e-book sono il 91,1% dell'offerta cartacea disponibile.

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

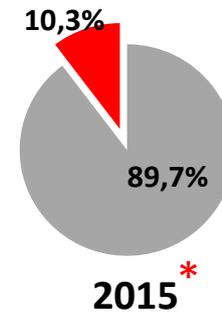
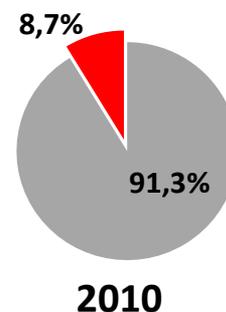
Si intercetta la maggiore autonomia del lettore / cliente; la maggiore sensibilità al prezzo.



* Dato 2015 stime su anno mobile

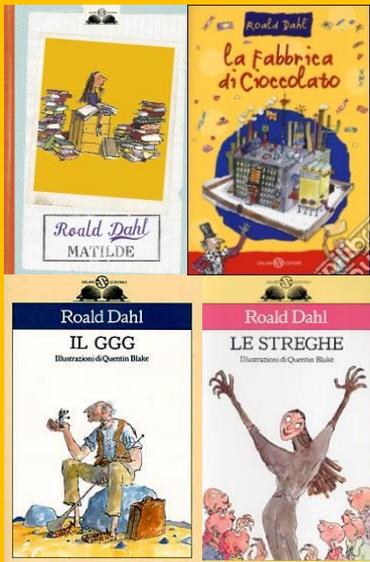


Alcuni dei segmenti di offerta vengono completamente ridisegnati. Come quello di bambini, ragazzi e YA. In termini di titoli disponibili (+23,5%) e di spazio che occupano nell'offerta:



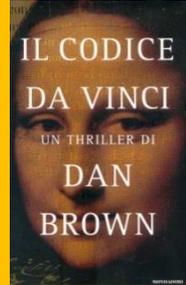
Nello sviluppo di un'offerta che risponde alle esigenze dei «nuovi genitori», delle fasce pre-scolari (+25,4% 0/4 anni), fino ai YA (+9,3%)

* Dato 2015 stime su anno mobile



2003-2004

2006



Una mamma ha il suo primo figlio a 31,5 anni



2015 (Istat)

1993



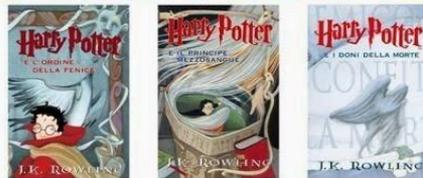
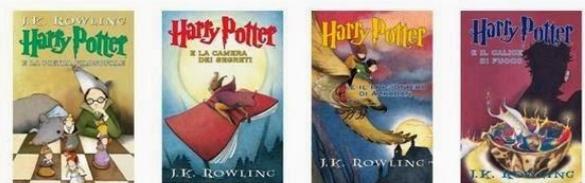
Vuol dire che è nata nel 1984

1996

1997-2007

2003

2005-2007

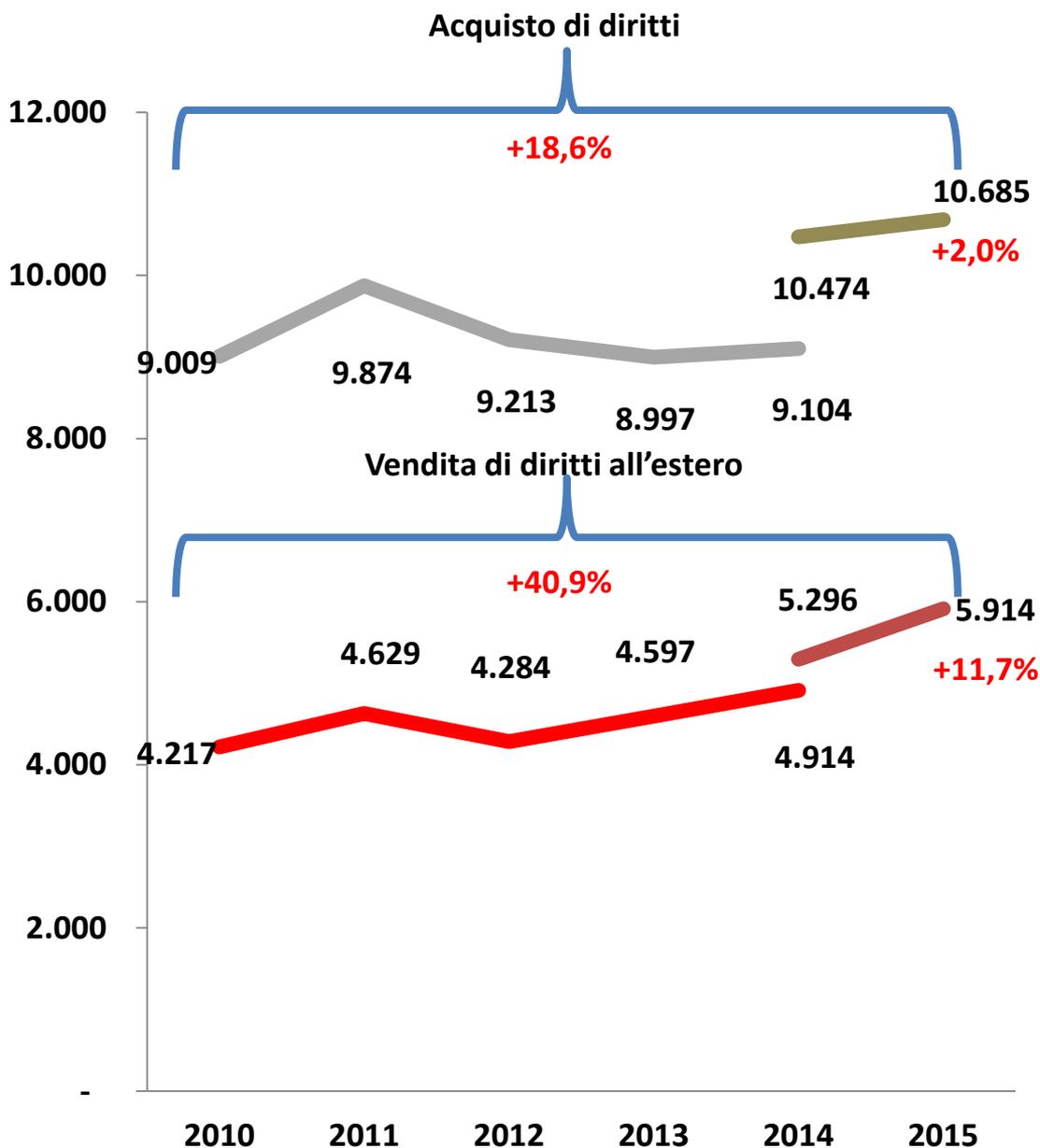


2008

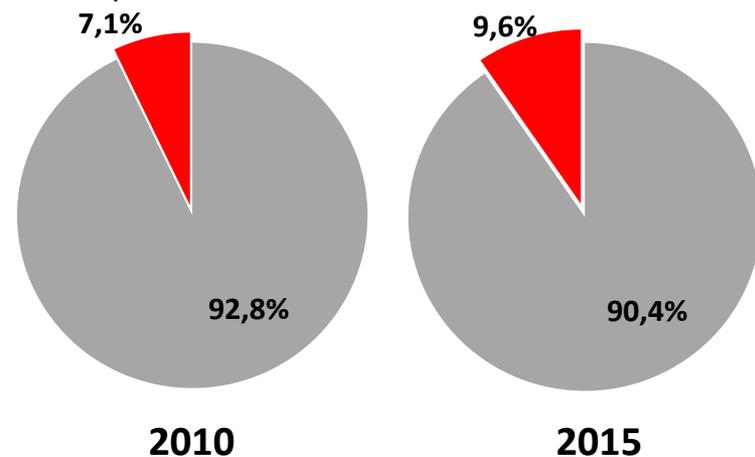


2012





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%.

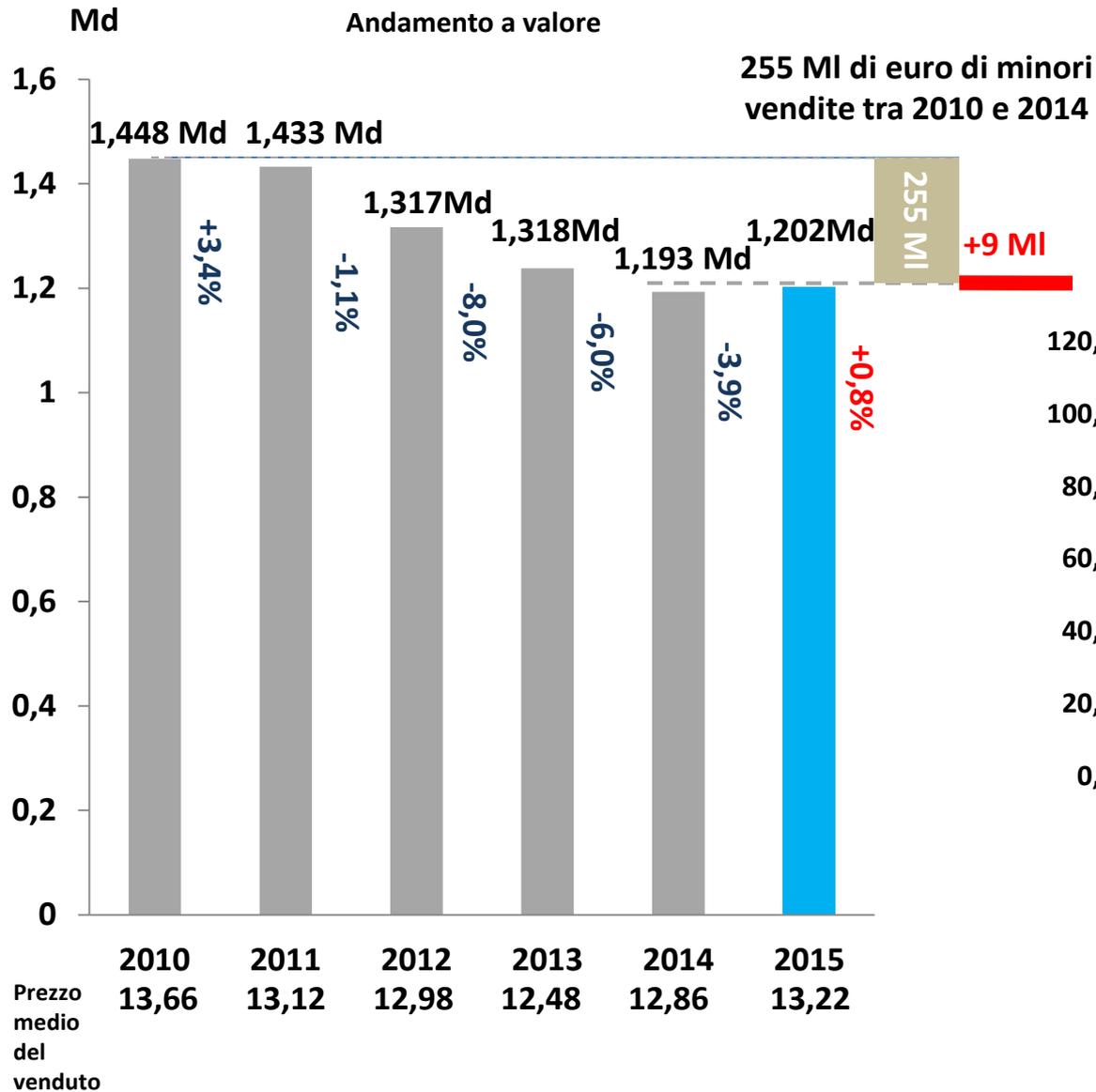


In alcuni segmenti (Bambini & Ragazzi, Illustrati) l'editoria italiana vende più diritti all'estero di quanti ne compri; la Narrativa segna un +15,2% e rappresenta il 36,2% dei diritti di edizione venduti agli editori esteri

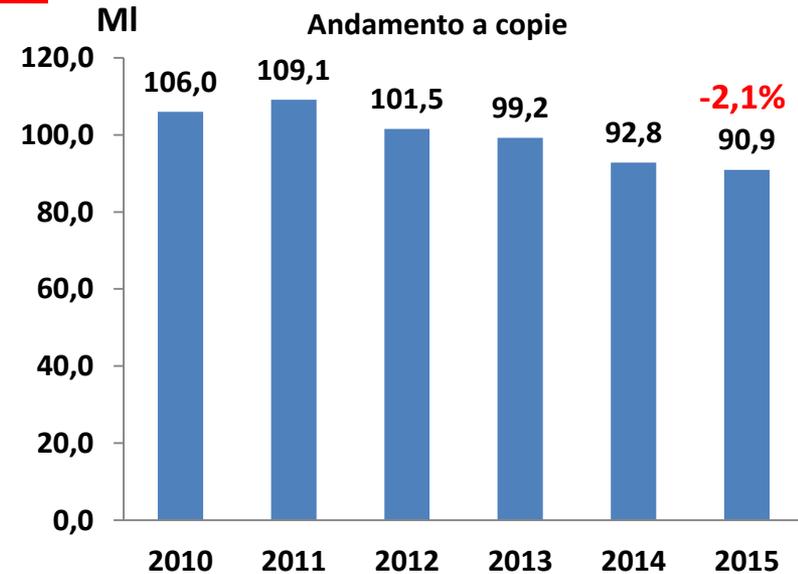


Il mercato: i risultati

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

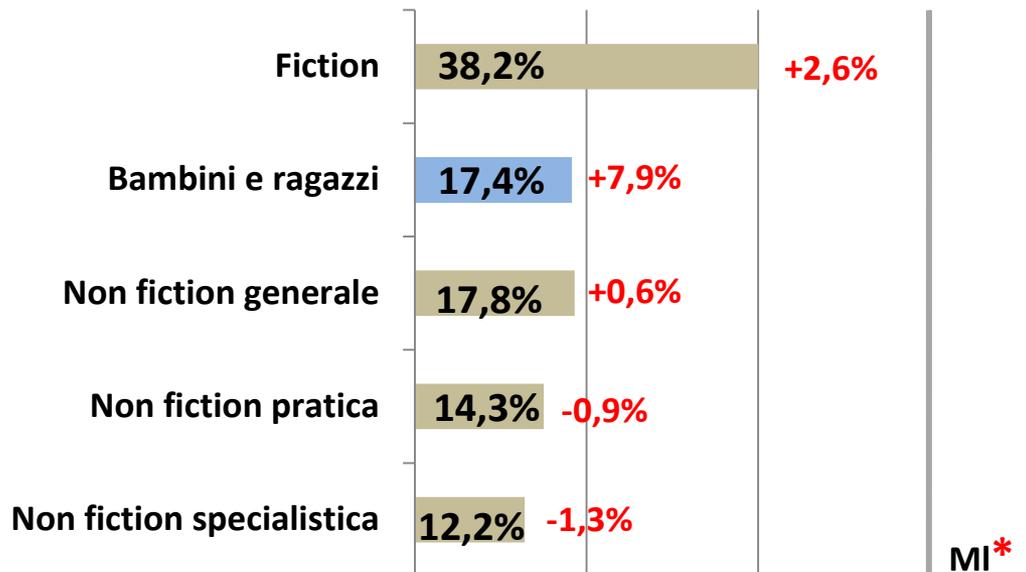


Nel 2015 sono state vendute 90,9 MI di copie di libri (-2,1% sul 2014).



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).

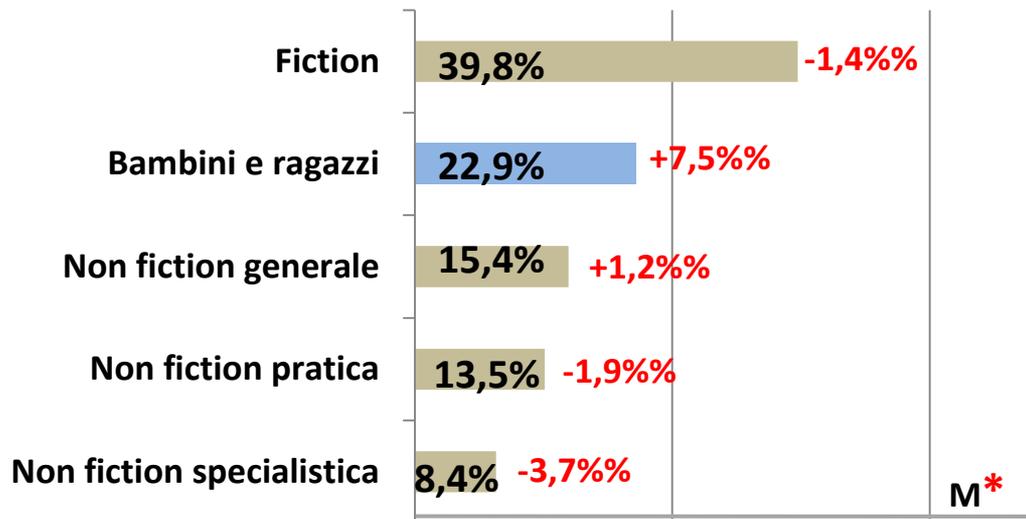
Valore ($\Delta\%$ +2,1%*)



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

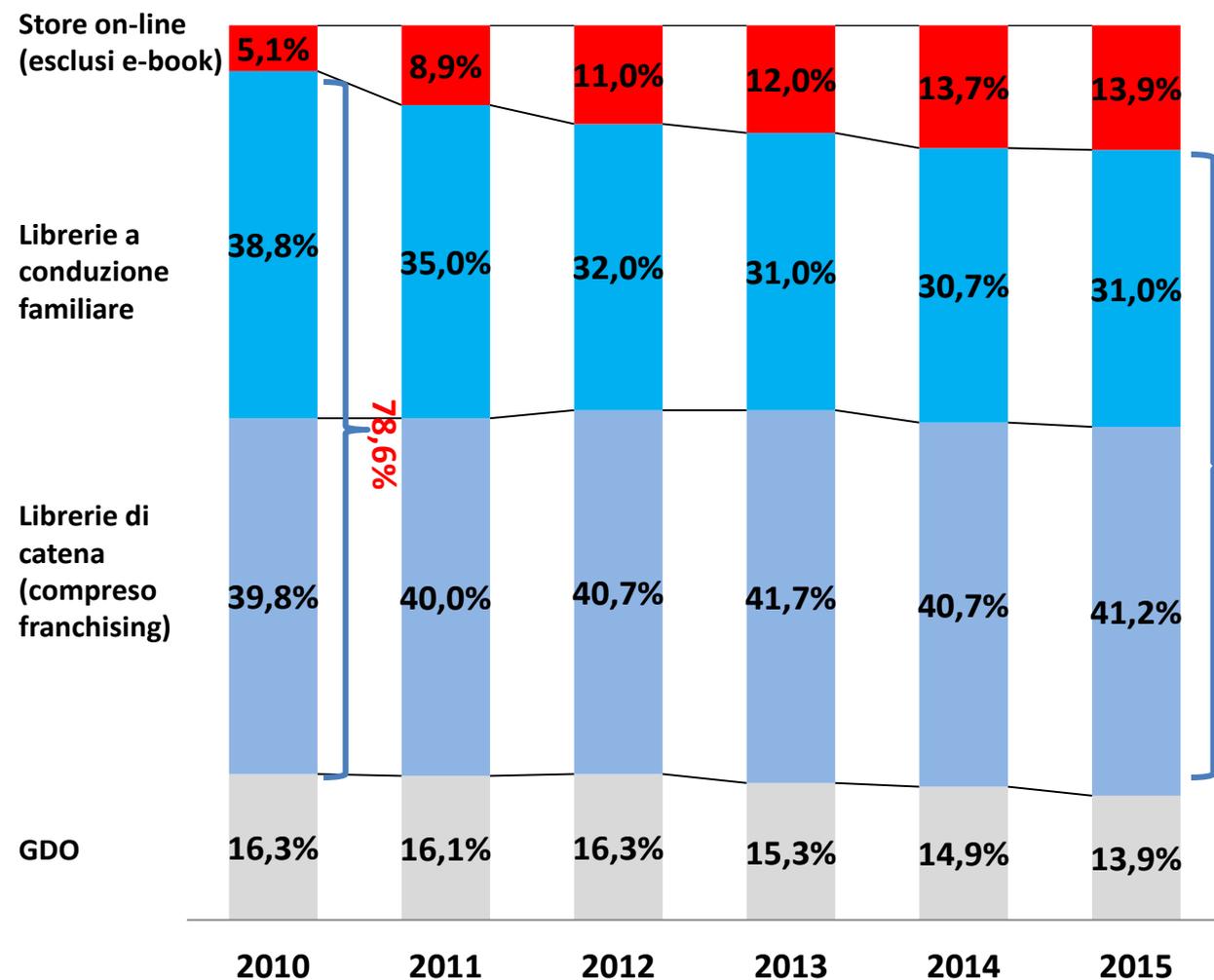
Copie ($\Delta\%$ +0,6%*)



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).

* Esclusa GDO

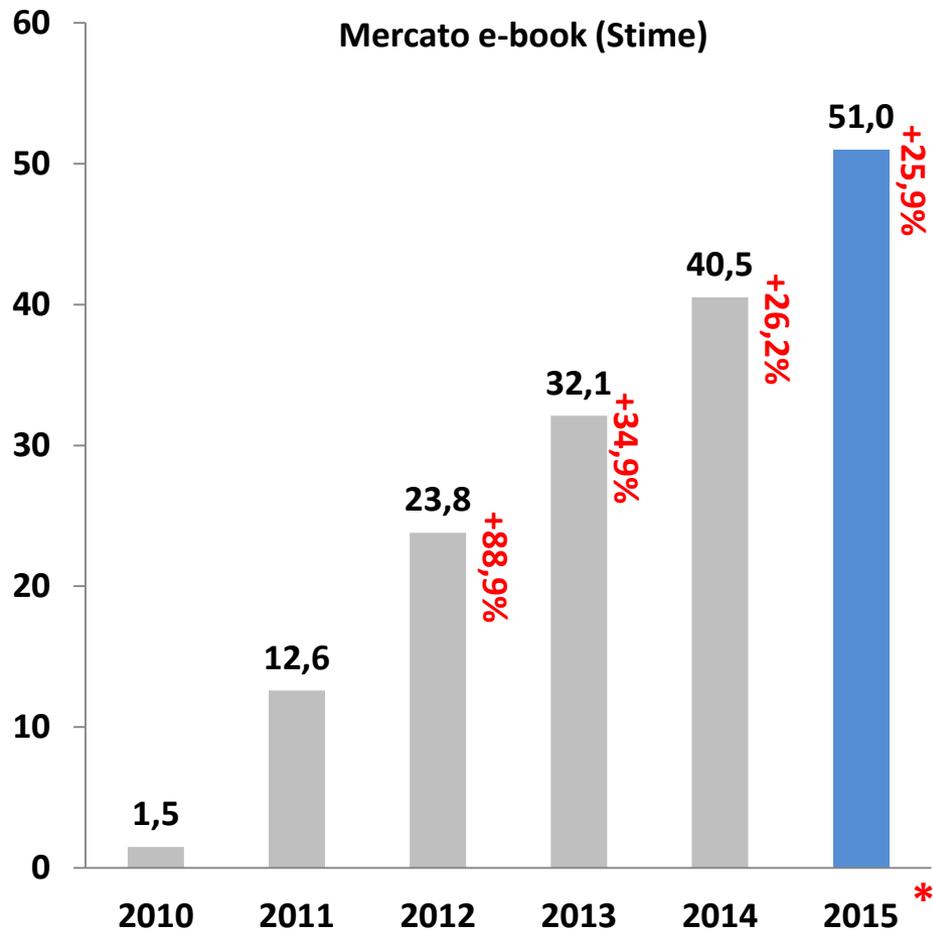


Quasi tre quarti della spesa dei lettori italiani nell'acquisto di libri (72,2%) continua a passare attraverso la libreria. Ne percepiscono i benefit e i valori rispetto ad altre forme e modi di acquisto.

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 servizio, appare come il vero canale in crisi i cui effetti sul mercato complessivo vanno probabilmente oltre i 2 punti di perdita di quota.

MI

Mercato e-book (Stime)

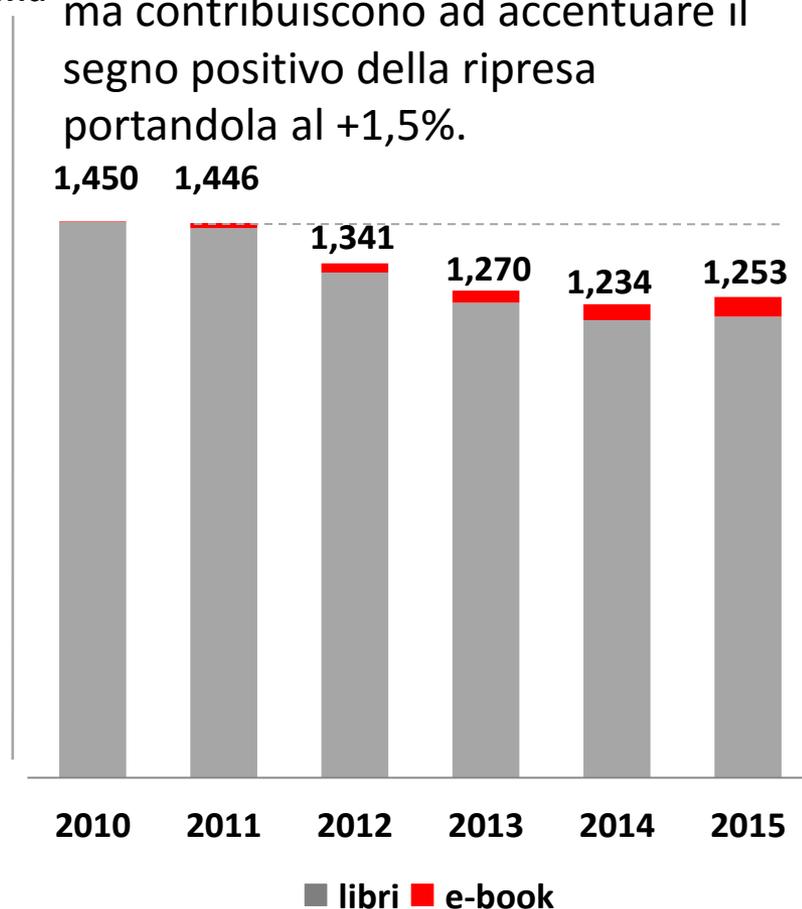


* Dato 2015 valutazione ancora provvisoria

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

Md



A un +1,6% considerando le vendite in canali come Fiere, Bookshop, ecc.

Libri: canali trade

1,202 Md

+0,8%

e-book*

51,0 MI

+25,9%

Lettura di libri

+1,2%

Accentuazioni:

Deboli lettori: +2,6%

15..19: +14,4%

Lettura di e-book

-5,6%

Con valori stabili di
lettorato tra 4,5-5 MI
di persone (6+)

Altri canali* Vendita di diritti

43,,8 MI

+8,6%

all'estero

+11,7%

(titoli)

* Dato 2015 ancora stimato



2016

Collaterali

44,0 MI*

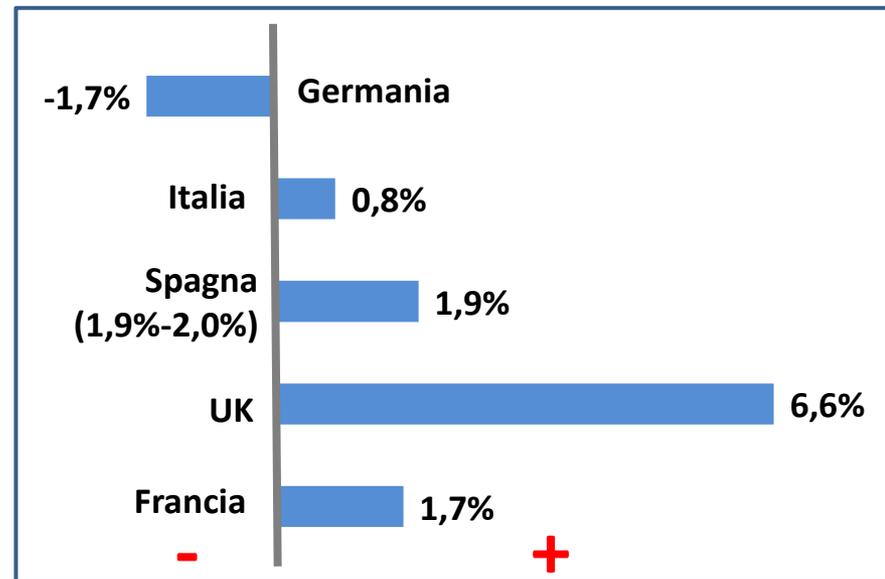
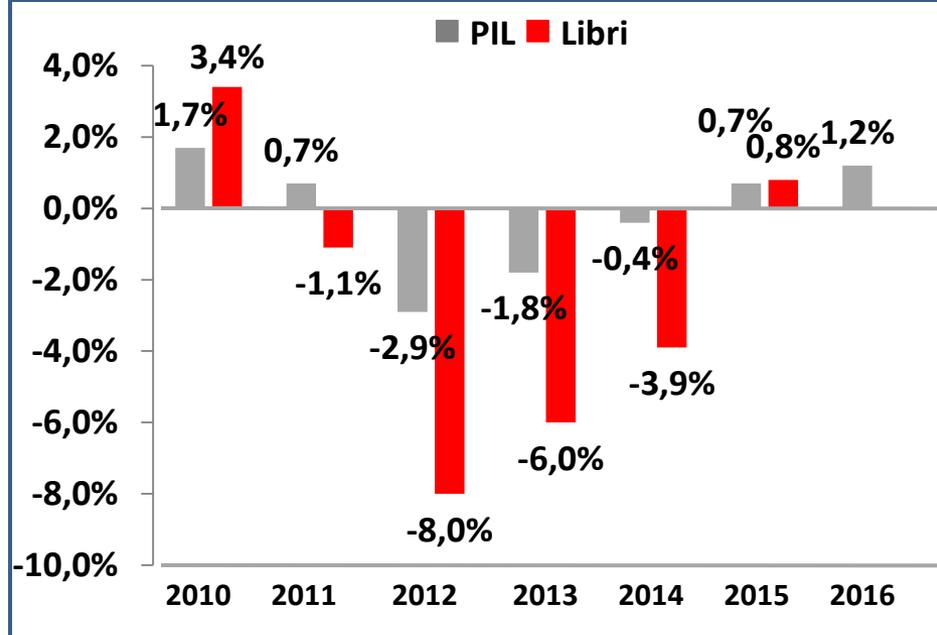
+2,8%

Device di lettura

e-reader: 103 MI (2014)

Tablet: 985 MI (2014)

(-)





Grazie!