

# Visti dai Millennials

**Francesco Chiappa** (Hacca edizioni), **Emanuele Di Giorgi** (Tunuè),  
**Lorenzo Flabbi** (L' Orma editore), **Giovanni Peresson** (AIE)

In collaborazione con:



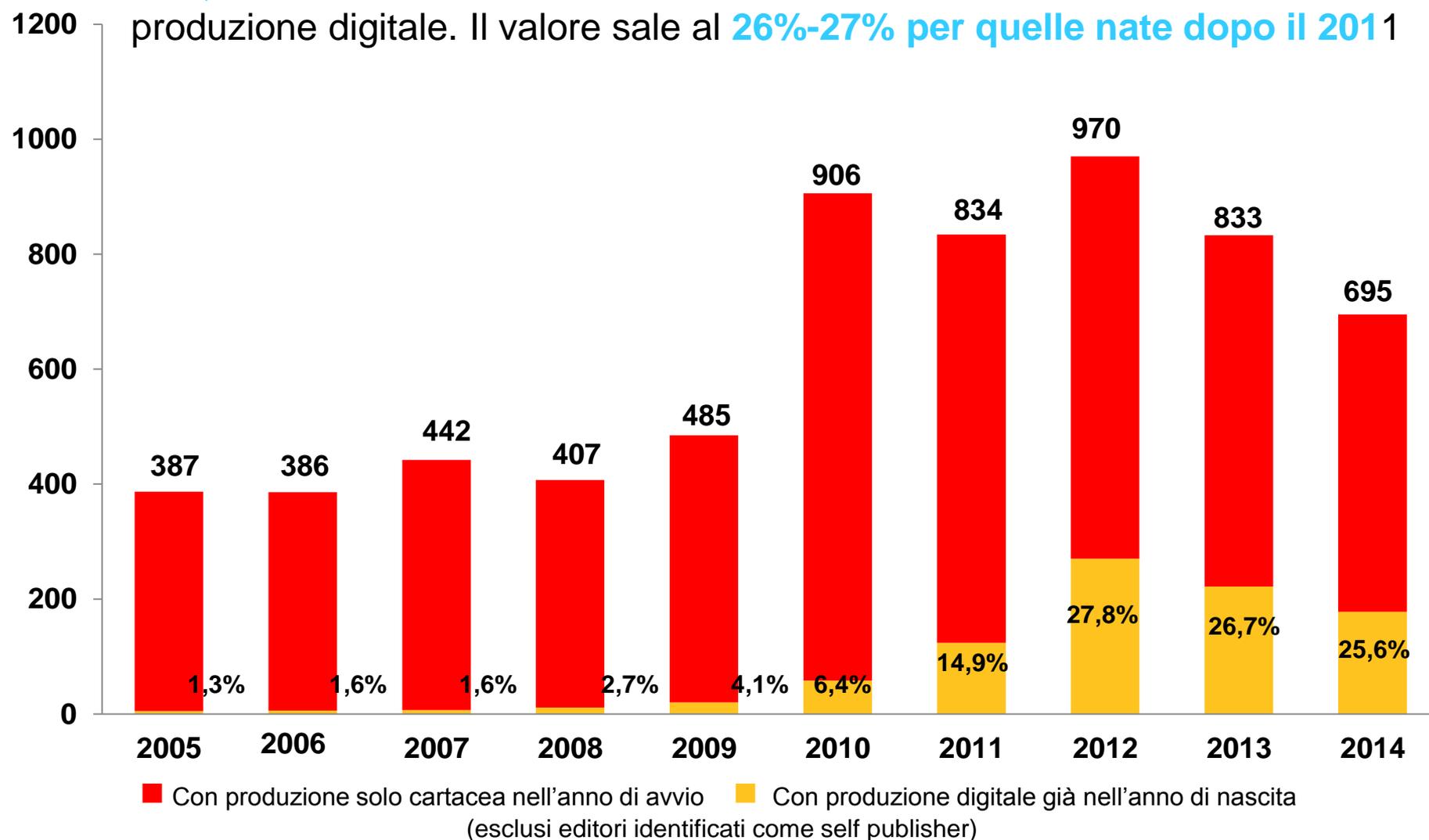
**Sabato 5 dicembre 2015 – 13.00/13.45**

« In molte case editrici, soprattutto quelle piccole e nate negli anni '80, sta avvenendo un ricambio generazionale. Nuove competenze, un più spiccato sentimento innovativo una visione internazionale quasi «nativa». Accompagnare queste nuove generazioni con una formazione professionale specialistica e mirata è un dovere primario. Ben sapendo che gli editori della mia generazione vivono in un certo senso la condizione di Mosè: siamo destinati a vedere la Terra promessa, ma non ad abitarci. »

Antonio Monaco, *Il futur dei piccoli editori*, «Giornale della libreria», 10 2013  
(in realtà testo adattato dell'intervento a PLPL nel dicembre 2012)

# Case editrici nate nell'anno e inserite in Catalogo dei libri in commercio: 2005-2014

Il **14,2%** delle case editrici che hanno iniziato la loro attività dal 2005 ha una produzione digitale. Il valore sale al **26%-27%** per quelle nate dopo il 2011

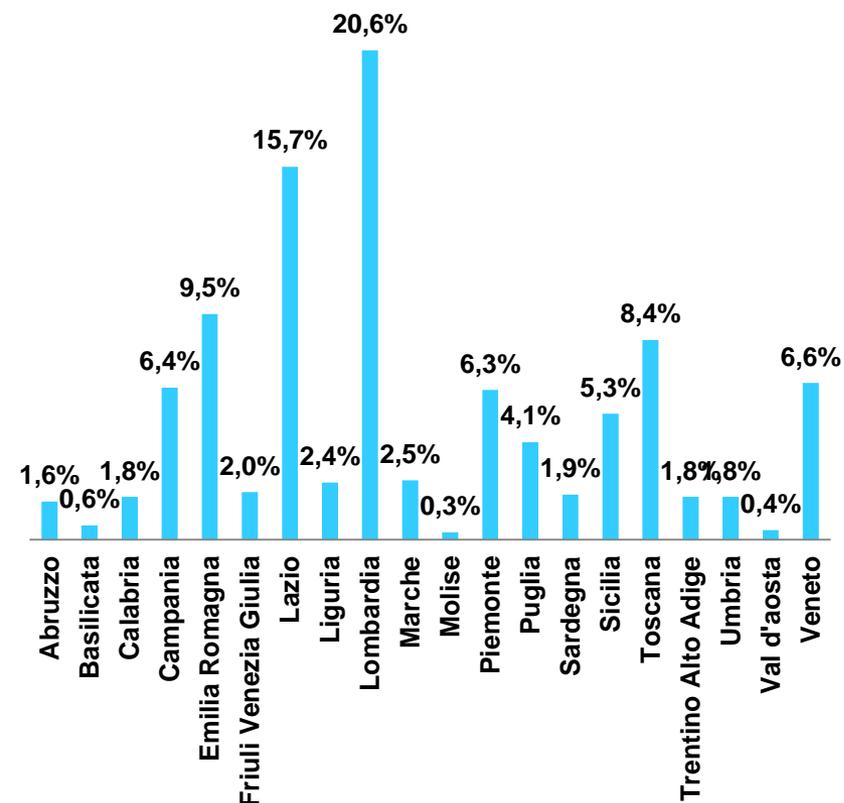


# Natalità e mortalità dei Millennials per regione. Scompare la geografica editoriale tradizionale

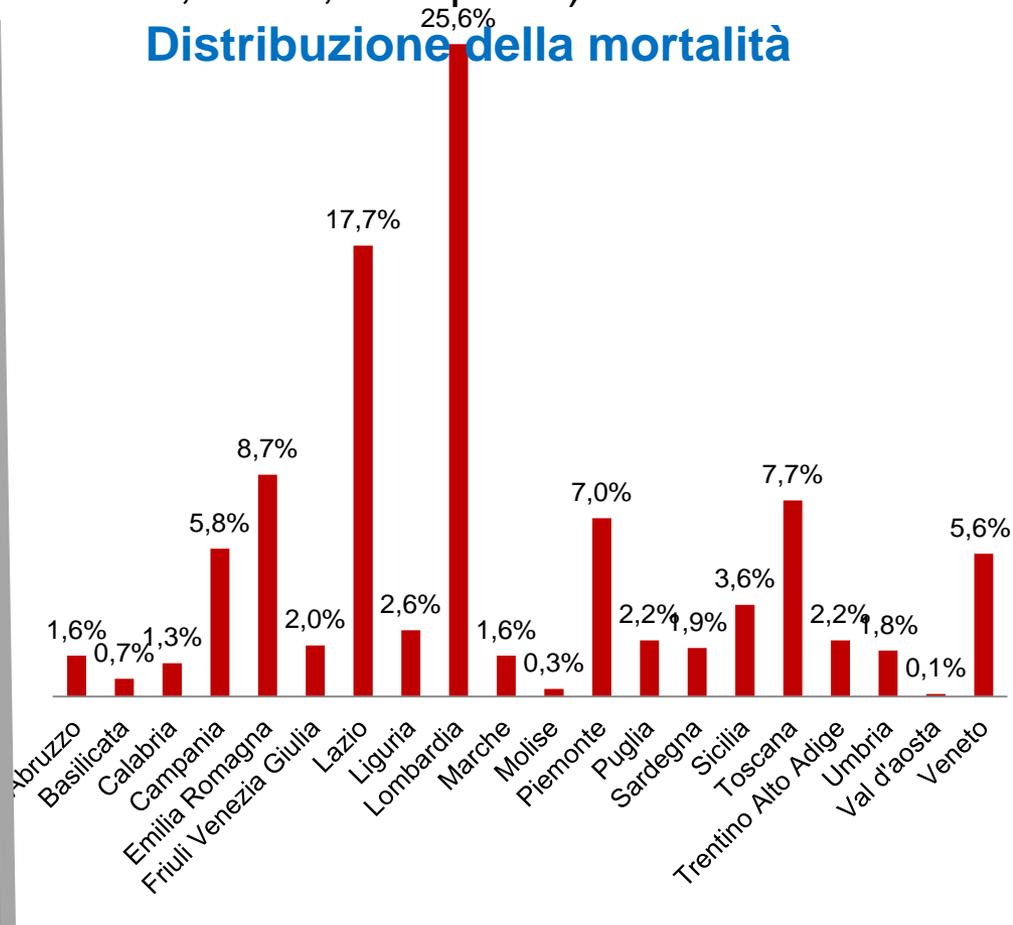
Valori in %

Il **29,0%** delle case editrici nate dopo il 2005, **nascono** in regioni che **non sono sedi** di tradizionali «poli editoriali». **L'86,9% di quelle che muiono**, muiono in regioni che **sono sedi** di «poli editoriali» (Lombardia, Piemonte, Lazio, Campania).

## Distribuzione della natalità



## Distribuzione della mortalità



# Le accentuazioni del Millennials rispetto ai processi innovativi

Valori in %

	Media piccoli editori	Millennials
<b>% di fatturato che deriva da e-book</b>	8,9%	11,7%
<b>% di fatturato che deriva da servizi editoriali</b> (corsi, organizzazione di eventi, partnership, ecc.)	3,3%	5,0%
<b>% di fatturato che deriva da eCommerce</b>	17,6%	21,9%
<b>% di fatturato che partecipazione a manifestazioni</b>	10,5%	13,5%
<b>Hanno / Usano:</b>		
<b>Facebook</b>	56,4%	76,7%
<b>Twitter</b>	30,0%	77,7%
<b>Pinterest</b>	12,5%	25,4%
<b>You Tube</b>	22,1%	27,3%

Fonte: Elaborazione Ufficio studi Aie su dati Indagine sullo stato della piccola editoria in Italia (2014); base 220 aziende

© Associazione Italiana Editori – Ufficio studi (dicembre 2015)