

La bella sorpresa del mercato editoriale: i giovani leggono e comprano in libreria

CINZIA ARENA
Milano

Un 2023 ancora in crescita, trainato a sorpresa dai giovani lettori. Gli italiani tagliano i consumi, ma non rinunciano al libro. Lo vogliono di carta, lo comprano nelle librerie e prediligono gli autori di casa. A fare luce su un settore, quello dell'editoria, che dopo la pandemia sta vivendo una seconda primavera, i dati diffusi dall'Aie (l'Associazione italiana editori) nel corso della giornata conclusiva del 41° seminario di Perfezionamento della Scuola per Librai Umberto e Elisabetta Mauri che si è svolto come tutti gli anni a Venezia. L'editoria "trade" - vale a dire romanzi e saggistica di ogni genere, con l'esclusione dei testi scolastici - è cresciuta dello 0,8% in valore, con un fatturato di 1,7 miliardi. Al contrario c'è stata una lieve flessione delle copie: quasi 112 milioni (-0,7%) quelle vendute. «Il mercato del libro ha avuto un grande balzo del 15% nel 2021 - spiega Alberto Ottieri, presidente della Fondazione Umberto ed Elisabetta Mauri, vicepresidente e Ad di Messaggerie italiane -. Merito soprattutto della nascita di nuovi fenomeni che hanno come protagonisti i giovani basti pensare ai fumetti che, trainati dai manga, hanno raddoppiato il loro fatturato in quattro anni passando da 50 a 100 milioni di euro». A spopolare tra gli adolescenti i "romance" storie leggere, con ambientazione sentimentale o fantasy, promosse dagli autori, Felicia Kingsley è la star dell'anno, su Instagram e Tik tok. «Una nuova letteratura di intrattenimento - sottolinea Ottieri - che si basa sulla nascita di vere e proprie co-

munità sui social dove i giovani riscoprono anche i classici e le librerie come luoghi adatti a loro». Per quanto riguarda i costi il prezzo di vendita è aumentato appena dell'1,5% (circa 15 euro), poco più di un quarto dell'inflazione (5,7%). Negli ultimi quattro anni il prezzo di copertina è cresciuto del 2,6%, contro una crescita generale dei prezzi del 15,7%. Numeri che testimoniano la riduzione dei margini di guadagno degli editori e il loro sforzo per tenere bassi i prezzi e non deprimere la domanda. «Uno dei problemi è il costo del denaro con i tassi di interesse in forte aumento, ma è un settore vivace che non si abbatte e punta sull'efficienza per colmare la riduzione della marginalità, ad esempio lavorando sulla diminuzione resi ed ottimizzando la distribuzione» aggiunge Ottieri.

Meno ottimista Innocenzo Cipolletta, presidente di Aie secondo il quale «il 2024 sarà una sfida difficile per il venir meno di alcune misure a sostegno della domanda di libri, mentre la crescita dei costi di produzione pesa sui bilanci degli editori». Da qui la richiesta di «una politica industriale per il libro, che è centrale nella crescita economica e culturale del Paese».

Per quanto riguarda i canali di vendita le librerie recuperano terreno rispetto al 2022: da qui passa il 54,7% di tutto il mercato, con un calo del 10% rispetto ai valori pre-pandemia. L'online si attesta al 40,7%, stabile la grande distribuzione al 4,6%. Crescono l'ebook e l'audiolibro ma sono residuali (6%) perché gli italiani preferiscono la carta. La narrativa italiana segna una crescita del 7,2% e tra i dieci libri più venduti sette sono italiani. Per Ottieri un elemento fondamentale

della ripresa è la nuova generazione di librai che «prima della pandemia rappresentava un punto di domanda, insieme alla sopravvivenza dei negozi fisici» ma adesso è una realtà solida.

Le librerie indipendenti che sono le più piccole, richiedono un investimento più limitato, circa 30-40mila euro per un negozio di 100 metri quadrati, e si poggiano sulla grande professionalità dei titolari e il loro entusiasmo. «Quarant'anni fa quando abbiamo cominciato a fare i primi corsi - dice il presidente della Fondazione Mauri - i librai indipendenti erano gli unici che vendevano i libri, il 90% passava da loro, oggi rappresentano appena il 17% del mercato, perché ci sono le catene, la grande distribuzione, l'e-commerce, gli audiolibri».

Il seminario di perfezionamento per librai, che fornisce competenze approfondite in ambito economico, è una finestra su questo mondo fatto da giovani appassionati, con una prevalenza di donne, laureati, che parlano l'inglese. Nel corso dell'anno, alla Triennale di Milano, vengono organizzati una trentina di corsi tematici rivolti alle nuove leve. «Il mercato è molto cambiato anche i librai indipendenti si affiliano a un franchising per fare network - conclude Ottieri -. I giovani che incontriamo hanno una formazione completa che stupisce per la giovane età. Basti pensare che devono occuparsi del servizio al cliente, di gestire il personale e l'assortimento (ci sono 1,5 milioni di libri in Italia e ogni anno ne escono 80mila), organizzare eventi. Un mestiere molto sfidante che non si può improvvisare. Siamo in buone mani. In Italia c'è il dibattito sui giovani disaffezionati al lavoro ma nelle librerie, mi sento di dirlo, questo problema non esiste».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CULTURA

Nel 2023 le vendite sono salite dello 0,8%, a 1,7 miliardi anche grazie ai fumetti e alla promozione sui social network
Alberto Ottieri (Fondazione Mauri): «La formazione dei giovani librai stupisce per la loro età»



Tanti giovani alla presentazione del libro di Federica Pellegrini alla Mondadori Duomo di Milano, lo scorso maggio /Ansa

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



003004