

EDITORIA. ASSOCIAZIONE ITALIANA EDITORI: FATTURATI STABILI, CAMBIA L'APPROCCIO ALLA LETTURA

Ma l'e-book ci salverà

Sorpresa: i lettori apprezzano il libro digitale

I fatturati resistono, calano i lettori, ma cresce l'ottimismo. Tra crisi economica e rivoluzione digitale l'editoria sarda traccia un bilancio in chiaro-scuro di un mercato regionale vivace e prolifico, il quale tuttavia cerca una nuova direzione per arginare la lenta e progressiva emorragia di bibliofili.

A tirare le somme ci ha pensato l'indagine dell'Ufficio studi dell'Associazione Italiana Editori, sul mercato del libro 2014 presentata nei giorni scorsi in occasione del XXXII Seminario di Perfezionamento della Scuola per librai Umberto ed Elisabetta Mauri a Venezia. Un rapporto dal quale è emerso un dato fondamentale: la spesa degli italiani per l'acquisto di libri, e-reader ed e-book nel 2014 è rimasta pressoché stabile. Una cifra promettente, quasi un miliardo e mezzo di euro, che regge nonostante il calo dei lettori registrato

dalle rilevazioni Istat (si passa infatti dal 43% di italiani con più di 6 anni che hanno letto almeno un libro nel 2013 al 41,4% del 2014), attorno alla quale, però, emergono considerazioni collaterali.

«La sfida è cambiare il mestiere del libraio e dell'editore - spiega Giovanni Peresson, responsabile Ufficio studi Aie -, innovando tutti quegli elementi che ci obbligano a guardare diversamente i comportamenti del lettore-cliente. Alcuni dati possono risultare negativi, ma aggregati all'interno del sistema lettura ci possono raccontare una storia diversa. La storia di una trasformazione».

Anche Aldo Addis, libraio, fondatore e presidente di Liberos, la comunità sarda che da quasi due anni mette in rete lettori e addetti ai lavori, cerca di spostare il ragionamento su un aspetto meno venale.

«Parlare di fatturati non

basta - afferma -, servirebbe invece comprendere meglio come si evolvono le abitudini dei lettori, utenti sempre più mordi e fuggi, amanti di tweet e testi brevi, meno intenzionati ad affrontare opere lunghe e approfondite. Rinnovare su questi presupposti l'approccio dei più giovani alla lettura significherebbe diffondere cultura e far crescere gli utenti del domani».

Un'esigenza emersa anche dalle statistiche nazionali. Secondo l'Istat i forti lettori restano sostanzialmente stabili ma crollano i lettori occasionali. Quasi tre milioni di potenziali clienti persi negli ultimi quattro anni.

Mutano quindi i mercati, i supporti, i canali di pubblicazione e vendita, ma restano intatti gli obiettivi: promuovere la lettura in tutte le sue forme.

«I paradigmi stanno cambiando - conferma Peresson -, non è in crisi il libro, siamo di fronte a una radi-

cale trasformazione in cui innovazione è la parola chiave per tenere conto di una società più fluida».

Le nuove tecnologie diventano così un'opportunità da sfruttare. Un'onda verso il futuro da cavalcare e non temere. Lo dimostrano il boom delle vendite dei libri digitali, cresciute negli ultimi dodici mesi del 40%, ma anche le tante piccole iniziative editoriali che hanno raggiunto il successo grazie al passaparola sui social network.

«Il formato cartaceo non scomparirà mai - prevede Addis - si affiancherà al digitale e saprà riempire una fetta di mercato importante. Lo stesso discorso varrà per le librerie di quartiere e per i professionisti che vi lavorano. Quello del libraio non è un mestiere morto, anzi, in futuro saranno proprio gli operatori più preparati, in grado di vestire anche il ruolo dell'imprenditore, a fare la differenza».

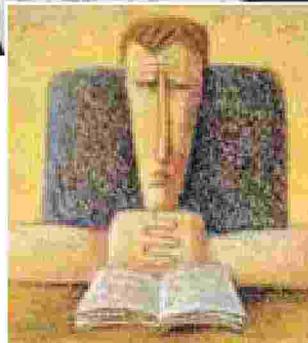
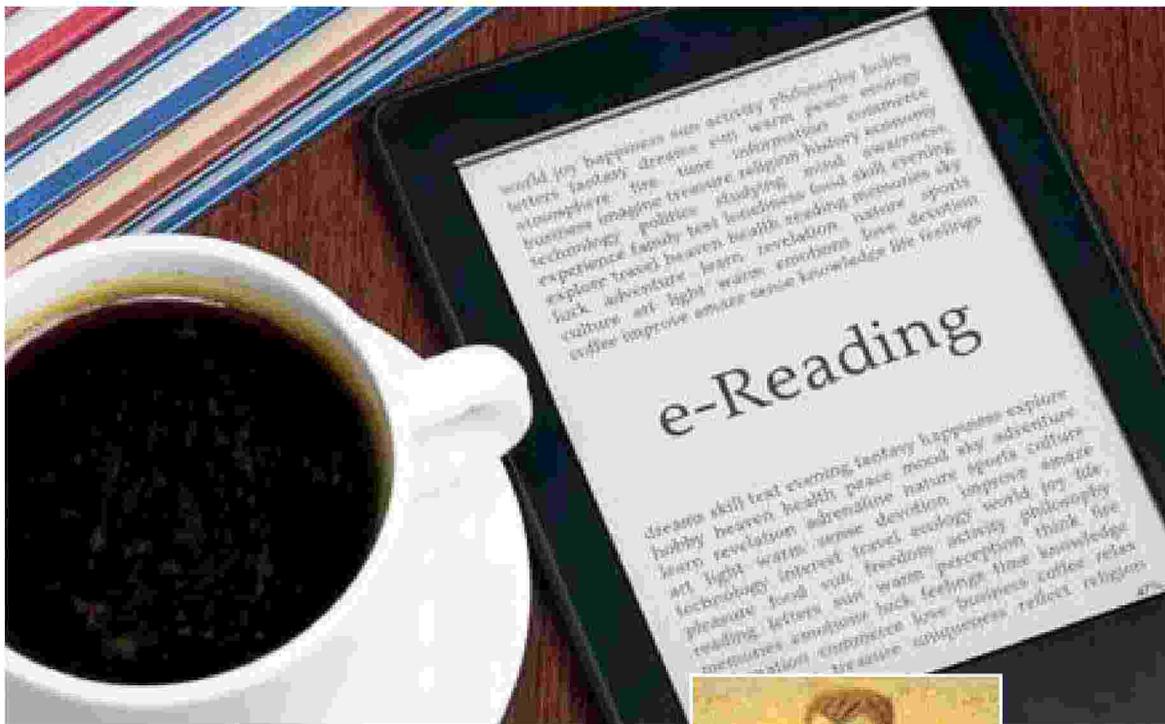
Luca Mascia

RIPRODUZIONE RISERVATA

GIOVANNI PERESSON

La sfida è cambiare il mestiere del libraio e dell'editore, seguendo i comportamenti del cliente





FUTURO

Per Aldo Addis parlare di fatturati non basta: servirebbe invece comprendere meglio come si evolvono le abitudini dei lettori, utenti sempre più mordi e fuggi, amanti di tweet e testi brevi, meno intenzionati ad affrontare opere lunghe, approfondite. Due immagini di lettura: l'e-book e il vecchio libro di carta