

Sei in: Archivio &gt; la Repubblica.it &gt; 2016 &gt; 01 &gt; 29 &gt; Bentornato lettore si ris...

## Bentornato lettore si risveglia il mercato del libro

Dopo anni di stagnazione, il mercato dei libri si sveglia e ci regala una scossa, una scarica di adrenalina. I numeri sono piccoli, ma l'inversione di tendenza c'è. Si riparte. Si vendono più libri e si torna a leggere: l'incremento di mercato, tra carta ed ebook, è dell'1,6%, il che equivale venti milioni di euro in più spesi dagli italiani per i libri. Il bello è che a trascinare la ripresa sono i più giovani, la Generazione Millennial, quelli che entrano nei librerie ma leggono anche su tablet e telefonini, che frequentano i blog e scoprono i romanzi sulla piattaforma online Wattpad, come è successo a

My dilemma is you di Cristina Chiperi. Il settore trainante del nuovo marketing editoriale è quello dei bambini e dei ragazzi, che ha registrato una crescita sulle copie vendute quasi del 30 per cento.

Chi è abituato ad analizzare i dati, come Giovanni Peresson, responsabile dell'ufficio studi dell'Associazione italiana editori, parla di un mutamento sociale che è solo agli inizi: «Bisogna saper leggere i numeri, capirne il portato antropologico. La società italiana sta cambiando, è fatta di giovani famiglie più sensibili alle offerte culturali e di ragazzi che si muovono su più fronti, leggendo su diversi device e interessandosi di tutto, dai libri di sport alla narrativa. Non abbiamo più davanti il lettore rigido di un tempo, ma un lettore "politeista"». Dunque, fine degli steccati, il giovane lettore della società liquida surfa tra le proposte editoriali con molta nonchalance. Può appassionarsi alla biografia di Michael Jordan o alle Sette brevi lezioni di fisica di Carlo Rovelli, a una graphic novel di Zerocalcare o ai romanzi di Anna Todd, autrice della serie After (Sperling & Kupfer) piantata da mesi in cima alla top ten. Annachiara Tassan, direttrice editoriale De Agostini, spiega che After, riproduce un modello vincente: «Il tipo di storie alla base di questi romanzi è sempre una travolgente storia d'amore, meglio se contrastata».

L'identikit di questo lettore elastico sta molto a cuore agli uffici marketing delle case editoriali. Ma da un po' di tempo è diventato anagraficamente sfuggente, visto che l'adolescenza non finisce più a diciotto anni: «La soglia del pubblico di questo tipo di letture va spostata almeno fino ai 35 anni», dice Marta Treves, responsabile

young adult per la Mondadori. Questi trentacinquenni forever young che vivono come teenager, stando ai dati del rapporto Aie che viene presentato oggi a Venezia al seminario della Scuola per Librai Umberto ed Elisabetta Mauri, pare leggano più libri di carta che ebook (l'incremento del mercato cartaceo è dello 0,7%), ma la ricerca non tiene conto della lettura su diversi supporti. Perché anche qui, spiega Peresson, bisognerebbe analizzare il dato: «La verità è che i ragazzi non leggono solo sui tablet, ma agli e-reader iniziano a preferire gli smartphone. Gli editori dovrebbero pensare nuovi prodotti, sempre più romanzi a puntate che stiano sullo schermo di un telefonino». Il fatto che gli ebook conoscano una flessione nella lettura (meno 5,6%) non è un'indicazione sulla salute complessiva del digitale. La lettura nel 2015 ha il segno positivo, con 283mila persone in più che leggono (+1,2%), e questa è una novità da festeggiare: «La crisi di questi anni era legata alla flessione del Pil», dice Stefano Mauri, a capo del gruppo Gems. In Italia meno di metà della popolazione legge almeno un libro non scolastico nel corso dell'anno, ma tra piccoli e ragazzi la percentuale si alza: nella fascia dai due ai cinque anni, arrivando al 63% – qui il merito è dei genitori – e tra gli young adult al 52,5%. Gli editori ormai frequentano i social network e i blog, tipo The Book Girls, dove impazzano Jennifer Niven e i tormenti amorosi di Jamie Mc-Guire. In genere le autrici sono donne, ma Mondadori l'anno scorso ha sbancato con Fuori piove, dentro pure, passo a prenderti? di Antonio Dikele Distefano, versione per Millennials di Romeo e Giulietta. Sono ancora i Montecchi e i Capuleti a fare da traino al mercato.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Raffaella De Santis

29 gennaio 2016 | sez.

### TOPIC CORRELATI

PERSONE

ENTI E SOCIETÀ

LUOGHI

Scopri di più su  
Osservaitalia.it



### PROMOZIONE GRAN MUTUO

A PARTIRE DA SPREAD **1,50%**  
TETTO MASSIMO **2,90%**