



What comes first strategy or creativity?

MyMarketing.Net

Registrati | Login

Cerca in MyMarketing.Net



Iscriviti alla nostra Newsletter!

FOCUS ON

MANAGEMENT

BRANDING

MEDIA

INTERNATIONAL

Home Focus on Articolo

29/01/2016

Versione per la stampa

Share it

Libri: l'anno della svolta

Sei superato libro



Io sono il futuro



Le campane a morto hanno suonato troppo presto: avvisate le prefiche in doppio petto, occhiaietti da gufo e girocollo. Il libro, quello tradizionale, di carta e inchiostro è vivo e lotta insieme a noi. Infatti dopo 5 anni torna una sfilza di segni positivi.

Basta una fiamma per distruggerti



Click.



Torna positivo, infatti, dopo una funerea sequenza di cinque anni di segni meno, il mercato del libro in Italia. Questa la più importante evidenza dell'analisi dell'Ufficio studi dell'**Associazione Italiana Editori** (AIE) sul mercato del libro 2015 che sarà presentata da **Giovanni Peresson** oggi, 29 gennaio, in apertura della giornata conclusiva del XXXIII Seminario di Perfezionamento della Scuola per Librai Umberto e **Elisabetta Mauri** in programma a Venezia.

Il 2015 rappresenta l'anno della svolta: torna infatti a crescere la lettura di libri di carta e in parallelo rallenta – anche se impercettibilmente - quella di libri digitali, si mixa ancor più la produzione di libri di carta e digitali, ma soprattutto torna positivo il mercato, che per i libri di carta registra un +0,7% nei canali trade (dato Nielsen per AIE). Se si considera tutto il mercato – fatturato ebook e tutti gli altri canali (fiere, bookshop museali, etc..) – secondo le stime dell'Ufficio studi AIE, il 2015 chiude con un +1,6% sull'anno precedente. Il segmento Bambini & Ragazzi è quello che nel 2015 ha trainato di più la crescita sia a copie che a valore.

“Questi risultati positivi, dopo anni di sofferenza – commenta il responsabile dell'Ufficio studi AIE, Giovanni Peresson –, indicano che anche il libro, prodotto anticiclico per eccellenza, si è collegato all'andamento economico generale e quindi diventa sempre più decisivo il livello di qualità delle proposte editoriali. Segue un trend positivo, che interessa anche gli altri paesi europei: con l'eccezione della Germania, il mercato del libro cresce infatti nel 2015 in tutti i principali Paesi UE. Ciò che è cambiato è il lettore: più autonomo, disincantato, flessibile. Qui si giocherà la partita vera del 2016”.

Torna a crescere la lettura di libri di carta in Italia: la lettura di libri nella popolazione con più di 6 anni è tornata a crescere nel 2015 (elaborazione AIE su dati Istat, +1,2% = 283.000 persone in più che leggono) e riguarda oggi 24milioni di persone. E' tornata a crescere in particolare tra i lettori deboli e occasionali.

Le fasce dei bambini e ragazzi (6-14enni: 46,5%), le fasce pre-scolari (63%) e gli Young Adults (52,5%) continuano a leggere più libri rispetto alla media della popolazione italiana, che si attesta al 42% (lettori di almeno un libro non scolastico nell'anno).



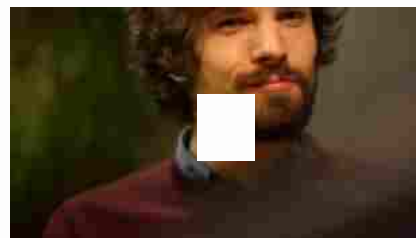
In libreria

In agenda



Marketing nei settori creativi

Business Video



L'E-BOOK!
QUANTI
NE LEGGE
ALL'ANNO?

NEANCHE UNO,
MA GUARDO
LE FIGURE.



...e rallenta quella degli ebook: la lettura di e-book rallenta nel 2015 (elaborazioni Ufficio studi AIE su dati Istat, -5,6% = 277.000 persone in meno) ma continua a riguardare una parte di popolazione italiana sostanzialmente stabile di 4,5-5milioni di persone. I due indicatori, lettura di libri di carta e lettura di ebook, non si possono sommare (per il diverso tipo di rilevazioni) ma i due dati, se analizzati insieme, confermano che ormai è cambiato il mix con cui il lettore combina carta e digitale secondo le sue necessità quotidiane.

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

Cresce l'offerta di titoli, tra carta e digitale. E cresce la vendita di diritti all'estero: gli editori hanno pubblicato nel 2015 62.250 (elaborazioni Ufficio studi AIE su dati IE - Informazioni Editoriali) diversi titoli in formato cartaceo, a cui si aggiungono ben 56.727 titoli in digitale: gli ebook rappresentano il 91,1% delle novità pubblicate nell'anno.

Cresce anche la vendita dei diritti all'estero,

al punto che la vendita dei diritti (+11,7%) cresce più dell'acquisto (2%).

Cresce (poco) il mercato ebook: il 2015 chiude per i libri di carta nei canali trade (librerie, librerie online e grande distribuzione), secondo i dati Nielsen per AIE, con un +0,7% (e raggiunge gli 1,202miliardi di euro) a valore e con un -2,1% sul 2014 a copie (sono state vendute 90,9milioni di copie di libri: il dato negativo dovrebbe però essere compensato ampiamente dai download degli e-book).

Il segmento Bambini & Ragazzi è quello che nel 2015 ha trainato di più la crescita sia a copie che a valore: rappresenta nei canali trade - esclusa la grande distribuzione - il 17,4% del valore e il 22,9% delle copie (con il 10,3% dei titoli pubblicati). La non fiction generale - ovvero i libri di politica, attualità, religioni - con un +0,6% a valore e un +1,2% a copie ha contribuito al risultato positivo complessivo. Bene anche la fiction, che chiude in crescita a valore (+2,6%) ma negativa a copie (-1,4%, forse compensata dai download degli ebook).

La vendita di ebook nel 2015 ha raggiunto, secondo le stime dell'ufficio studi AIE, i 51milioni di euro: il 4,3% delle vendite trade.

Tre quarti degli italiani comprano i libri in libreria. Bene le librerie indipendenti - Quasi tre quarti della spesa dei lettori italiani nell'acquisto di libri (72,2%) continua a passare attraverso la libreria. Cresce il peso delle catene (che raggiungono quota 41,2%) e cresce, di poco ma dando un segnale positivo, anche quello delle librerie indipendenti (che si attestano al 31%). Gli store online - al netto della vendita di ebook - pesano il 13,9%, tanto quanto la grande distribuzione organizzata.

(immagini dal web)



Redazione MyMarketing.Net



Voto medio: 0.00 | Voti: 0 | Vota: ☆☆☆☆☆

ACCEDI O REGISTRATI PER LASCIARE UN COMMENTO

Commenti: 0

4380 **FOCUS ON** - 30/01/2011

Rinascere l'ipermercato: anche in Italia arriva Carrefour Planet

4380 **FOCUS ON** - 20/02/2011

La cravatta fa l'uomo marketing

4380 **FOCUS ON** - 28/04/2011

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.