

LINK: <http://www.internazionale.it/opinione/annamaria-testa/2017/02/06/che-succede-libri-lettori>

(Luis Portugal, Getty Images)

06
FEB 2017
17.09

OPINIONI

Che succede ai libri se svaniscono i lettori



Annamaria Testa, esperta di comunicazione

L'Associazione italiana editori (Aie) ha presentato gli ultimi dati sull'andamento del mercato dei libri. È successo, come ogni anno, a Venezia, alla Scuola per librai Umberto ed Elisabetta Mauri.

"Persi più di un milione di lettori", titola l'*Huffington Post*. Il mercato dei libri cresce, scrivono *Il Post* e il *Sole24Ore*. "Le vendite online spingono la carta", titola il *Corriere della Sera*. "Il libro salvato dagli anziani (e dai ragazzini)", titola l'*Espresso*, "Lettura al -3,1 nel 2016", titola l'*Ansa*. "Siamo sommersi di libri che nessuno legge", titola *Linkiesta*.

La cosa curiosa è che tutte queste affermazioni sono veritiere, anche se sembrano dire cose opposte. Per venirne a capo devo mettere in fila qualche numero.

E poi devo porre una serie di domande a Gianni Peresson, responsabile dell'ufficio studi di Aie. E infine vorrei capire se c'è qualcosa di sensato e utile che potrebbe valer la pena di fare. Queste sono le parti più interessanti, ma senza i numeri non ci si arriva.

Dunque, cominciamo da quelli.

Il valore del mercato dei libri in Italia ha subito un calo fortissimo tra il 2011 e il 2014, cresce del 2,3 per cento tra il 2015 e il 2016, e cresce anche se le copie vendute sono in calo: 86,4 milioni nel 2016 (dati Nielsen). Il motivo dell'apparente miracolo è presto spiegato: aumentano (un poco) i prezzi di copertina, e diminuiscono gli ebook venduti a prezzi stracciati.

Il valore del mercato resta però molto al di sotto della quota raggiunta nel 2010: si recuperano solo 20 milioni su più di 240 persi in soli cinque anni. Questo dato, però, non include le vendite (stimate in 120 milioni) di Amazon, che nel 2010 non c'era e nel 2016 c'è, eccome. Comprendendo Amazon, i risultati migliorano e la perdita si riduce in modo più consistente.

Il nostro mercato dei libri cresce in valore comunque meno di altri. Per esempio, gli Stati Uniti arrivano nel 2016 al più 3,3 per cento e la Russia conquista un più 8 per cento, dovuto però a un forte aumento dei prezzi.

Investimenti e progettualità

Il numero complessivo dei lettori italiani cala del 3,18 per cento tra il 2010 e il 2016 (e infatti la presentazione dell'Aie, da cui sto prendendo dati e tabelle, è intitolata *Il lettore svanito*). Questo è forse il dato più rilevante.

I mercati sono fatti di domanda e offerta, e se diminuisce la domanda c'è un problema. Una soluzione di breve periodo è diminuire i prezzi. Un'altra è aggiornare o ampliare l'offerta, una terza è renderla più visibile e desiderabile.

La prima soluzione riduce i ricavi, le altre due chiedono investimenti e una progettualità a lungo termine.

IN PRIMO PIANO

OPINIONI
Tabloid inferno racconta un fiorentissimo fenomeno editoriale
Paul Bompard
6 FEB 2017

OPINIONI
Una fidanzata a Gaza
Amira Hass
6 FEB 2017

PORTFOLIO
Il lungo viaggio di Edward Weston con Walt Whitman
6 FEB 2017

OPINIONI
Che succede ai libri se svaniscono i lettori
Annamaria Testa
6 FEB 2017

In posa per David Hockney
6 FEB 2017

LE REGOLE
Apparecchiare
6 FEB 2017

In Francia i giornali si alleano contro le notizie false in vista delle elezioni
Alexis Delcambre, Le Monde
6 FEB 2017

OPINIONI
Cantando sotto la pioggia di Tripoli in attesa di tempi migliori
Khalifa Abo Khraïse
6 FEB 2017

PORTFOLIO
Il conflitto infinito dell'Ucraina
6 FEB 2017

REPORTAGE
In cammino tra Israele e Palestina dove il muro sparisce
Francesco Migliaccio
6 FEB 2017

SCIENZA
I costi sanitari del fumo sono in aumento
Claudia Grisanti
6 FEB 2017

VIDEO
Michelle Obama non ha dato la risposta giusta ai populist
6 FEB 2017

OPINIONI
L'Europa a più velocità diventa un destino possibile
Bernard Guetta, France Inter
6 FEB 2017

Alla ricerca di un lavoro
6 FEB 2017

I titoli dei quotidiani di oggi
6 FEB 2017

OPINIONI
Ta-Nehisi Coates racconta l'incubo americano
Giuliano Milani
5 FEB 2017

Dal 2010 a oggi sono calati molto, purtroppo, i “lettori forti”: le persone che leggono almeno un libro al mese. Corrispondono al 13-14 per cento del totale dei lettori ma comprano il 30 per cento circa delle copie vendute. Per potersi definire “lettori”, invece, basta dichiarare di leggere almeno un libro all’anno, su carta o su schermo.

A motivare il calo concorrono diverse cause: oggi le persone hanno meno soldi e più alternative per l’intrattenimento, tra video, social media e altre seduzioni (spesso gratuite) della rete.

In altre parole: oggi le persone possono investire il loro tempo libero, che è una risorsa limitata, in una gamma di offerte molto più ampia e accessibile che nel recente passato. I lettori, e anche quelli che non sono propriamente svaniti, hanno di sicuro a disposizione più distrazioni.

Cresce, rispetto al 2010, la lettura tra chi ha più di 45 anni (più 4,9 per cento) e tra chi ha più di sessant’anni (più 9,6 per cento rispetto al 2010). È un dato confortante ma non sorprendente: i *baby boomers* sono invecchiati, sono più scolarizzati delle generazioni precedenti, magari non tutti sono così a loro agio in rete e quindi leggono di più.

Una tendenza preoccupante

Anche bambini e ragazzi fino ai 17 anni continuano a leggere più della media nazionale: sono lettori per il 47,3 per cento, contro il 39,5 per cento di lettori sul totale della popolazione. Ma nel 2010 la differenza era ancora maggiore: 11 punti, e i ragazzi lettori erano quasi il 60 per cento del totale. Non appena l’età cresce, la propensione a leggere cala, e di tanto (meno 25,4 per cento nei lettori tra i 20 e i 44 anni rispetto al 2010).

Dunque: oggi bambini e ragazzi leggono meno che nel 2010. In numero assai maggiore, crescendo, smettono di leggere. E non è per niente detto che, invecchiando, riprenderanno. In una logica di lungo periodo, questa è una tendenza preoccupante.

Il dato più sconcertante, e non nuovo, è che meno del 40 per cento degli italiani legge almeno un libro all’anno. Lo ripeto: sei italiani su dieci non hanno aperto un libro, mai, nel corso dell’intero 2016. E non è solo questione di analfabetismo funzionale: un laureato su quattro non ha letto neanche un libro lo scorso anno.

Due ultimi dati notevoli. Se le persone che leggono solo ebook restano una piccola minoranza (il 3 per cento), crescono le persone che integrano libri ed ebook, letti anche sul telefonino: dal 28 per cento del 2015 al 37 per cento del 2016. E infine: mentre nel 1990 in Italia c’erano 2.540 editori attivi con 13.203 titoli pubblicati, nel 2016 ci sono 4.608 editori attivi con 62.250 titoli pubblicati.

In sostanza: sembrerebbe che sempre più editori pubblichino sempre più libri (ed

SCIENZA

L'altezza è una questione di geni

Claudia Grisanti

5 FEB 2017

L'arte di coabitare

5 FEB 2017

OPINIONI

Guardiamo Austerlitz e capiamo di non saper più ricordare

Daniele Cassandro

5 FEB 2017

Se volete cambiare la realtà, affidatevi di più alla fantascienza

Peter Kleeman, Quartz

5 FEB 2017

I titoli dei quotidiani di oggi

5 FEB 2017

OPINIONI

La città interiore è un crocevia di storie

Goffredo Fofi

4 FEB 2017

SCIENZA

Per vincere l'insonnia andate in campeggio

Claudia Grisanti

4 FEB 2017

Nostalgia della luce esplora la storia del Cile

4 FEB 2017

Stephen Bannon, un razzista alla Casa Bianca

Die Zeit

4 FEB 2017

OPINIONI

I voti e le bocciature fanno male agli studenti e alla scuola

Franco Lorenzoni

4 FEB 2017

I titoli dei quotidiani di oggi

4 FEB 2017

PORTFOLIO

Le foto del giorno

3 FEB 2017

OPINIONI

Il nuovo singolo dei Depeche Mode e le altre canzoni per il weekend

Giovanni Ansaldo

3 FEB 2017

OPINIONI

La chiusura delle frontiere è sempre un passo indietro per tutti

Igiaba Scego

3 FEB 2017

OPINIONI

Chiudere la rotta del Mediterraneo centrale è irrealistico e inumano

Annalisa Camilli

3 FEB 2017

OPINIONI

Nobuyoshi Araki e le altre mostre di fotografia del weekend

Flash

3 FEB 2017

PORTFOLIO

ebook) per sempre meno persone che leggono.

Ma è proprio così? Chiedo lumi a Gianni Peresson. Trascrivo qui sotto quel che mi dice.

In realtà, il numero di titoli per abitante pubblicati oggi in Italia è allineato con quello delle altre editorie mondiali: nessun editore cresce riducendo i titoli a catalogo, e i piccoli editori devono pubblicare di più per costruirselo, il catalogo.

Il guaio è che lo fanno comprando molto (e spesso a caso) all'estero. Oggi i costi di pubblicazione sono molto contenuti e costa meno pubblicare un libro che fare una ricerca per metterne a fuoco le potenzialità e prendere una decisione a ragion veduta.

Un'altra pratica poco virtuosa è competere per imitazione invece che per diversificazione dell'offerta. Se hanno successo i dinosauri o la cucina vegana, le librerie sono invase da cloni, invece che da titoli che potrebbero ampliare le alternative a disposizione dei lettori.

Un buon esempio di diversificazione, invece, è offerto dalle guide turistiche, che oggi si differenziano per segmenti di pubblico e per stili di viaggio. Ed ecco nascere le guide per chi ama l'avventura, o per chi viaggia in camper, o per chi va in giro con il proprio cane.

“ La grande battaglia per la lettura in Italia è stata persa tra gli anni ottanta e i novanta, quando si è rinunciato a contrastare l'espansione televisiva

È vero che i lettori forti calano: ne abbiamo persi 700mila tra il 2010 e il 2016. Ma, per quanto riguarda il totale dei lettori, può esserci una distorsione del dato: può infatti darsi che alcuni rispondano di non aver mai letto “libri” non considerando tali le guide turistiche, le graphic novel, i manuali o i libri di cucina.

Nel 2006 si è smesso di fare una domanda specifica per stanare i lettori inconsapevoli, che forse per questo sono usciti dalle statistiche (ho la sensazione, però, che anche recuperare alla visibilità statistica una manciata di lettori occasionali non cambierebbe la sostanza delle cose).

La situazione comunque – continua Peresson – suscita un moderato pessimismo. La grande battaglia per la lettura in Italia è stata persa tra gli anni ottanta e i novanta, quando si è rinunciato a contrastare l'espansione televisiva creando un sistema di pubblica lettura in molte regioni.

Iniziative e festival dedicati ai libri vanno benissimo, ma nell'Italia dei mille campanili se non ci sono biblioteche e librerie sotto casa c'è poco da fare. E non tutti sanno ordinare su Amazon.

Le biblioteche trascurate

La spesa media annua per i libri delle biblioteche scolastiche – dice Peresson – è un irrisorio 50 centesimi per studente (questo mi fa pensare che si spenda molto di più per la carta igienica, e non è un bel pensiero). Tuttavia la situazione è variegata, e in Italia oggi ci sono biblioteche, e anche biblioteche scolastiche, di assoluta eccellenza.

Librerie, biblioteche e biblioteche scolastiche sono un'infrastruttura culturale tanto trascurata quanto indispensabile per preservare la propensione alla lettura (che, aggiungo, è fragile e va coltivata. Leggere è sì gratificante, ma anche faticoso. Meno le persone sono allenate a leggere, meno sono propense a farlo). Non a caso, è proprio nei comuni più piccoli e meno serviti che si perdono più lettori tra il 2010 e il 2015 (qui la [presentazione completa su biblioteche e librerie](#)).

Paradossalmente, internet potrebbe aver rallentato il processo di disaffezione alla lettura, offrendo sia la possibilità di comprare libri online a chi abita nei posti più

PORTFOLIO

Il fotografo prodigio

3 FEB 2017

SCIENZA

Il fumo causa una mutazione nelle cellule del polmone

Claudia Grisanti

3 FEB 2017

OPINIONI

Angoulême premia l'eccellenza ma ha bisogno di rinnovarsi

Francesco Boille

3 FEB 2017

PORTFOLIO

L'Iran che non vediamo

3 FEB 2017

OPINIONI

Principesse al potere

Claudio Rossi Marcelli

3 FEB 2017

OPINIONI

Cosa vuole la lobby delle università telematiche dal senato

Roberta Carlini

3 FEB 2017

VIDEO

Il sesso non è ginnastica: basta con la paura di non essere bravi a letto

3 FEB 2017

OPINIONI

La nuova Romania scende in piazza contro la corruzione

Bernard Guetta, France Inter

3 FEB 2017

lettura, offrendo sia la possibilità di comprare non online a chi avita nei posti più remoti (o, aggiungo, a chi come la sottoscritta ordina libri a mezzanotte), sia la possibilità di leggere: in effetti, grazie alla rete, non si è mai letto e scritto tanto come negli ultimi vent'anni.

Immaginare un piano di sviluppo

Che cosa si può realisticamente fare, oggi, in Italia, per promuovere i libri e la lettura?

In realtà - è ancora Peresson a dirlo - per interrompere l'emorragia dei lettori, per conservare l'attitudine alla lettura (e, aggiungo, [un altro bel po' di competenze cognitive di pregio](#)) e per aiutare l'editoria italiana a sopravvivere, cosa che non guasta, bisognerebbe in primo luogo varare un piano quinquennale per lo sviluppo del sistema delle biblioteche pubbliche, integrato con il sistema delle biblioteche scolastiche.

Ma c'è poca speranza che lo si faccia: le ricadute sarebbero sì importanti, ma si vedrebbero nei tempi lunghi. E le prospettive dei decisori politici e amministrativi sono spesso a breve e a brevissimo termine.

Purtroppo, a oggi in Italia non abbiamo nemmeno studi diretti sulla correlazione diretta tra presenza di biblioteche e librerie e accrescimento della propensione alla lettura: sia gli editori, sia il [Centro per il libro e la lettura](#) (Cepell) non hanno i soldi per farle.

Ma alcuni dati indiretti dicono che i risultati potrebbero essere interessanti. Ed è intuitivo il fatto che chi entra in biblioteca o in libreria vive un'esperienza immersiva: arriva con un'idea, ma scopre sempre anche qualche altra possibilità (e, aggiungo, si sente parte di una comunità).

La seconda cosa da fare, per l'editoria italiana, sarebbe allargare le sue prospettive internazionali. Certo, abbiamo un mercato che coincide con [la nostra area linguistica](#). Ma molti italiani (editori compresi) pensano solo all'Italia e alla Svizzera italiana, trascurando il fatto che l'italiano è la quarta lingua più studiata al mondo. Le stime più caute dicono che i parlanti italiano sono (almeno) 120 milioni.

Ma internazionalizzarsi significa anche vendere più diritti all'estero, fare coedizioni (in questo sono bravi gli editori per bambini e ragazzi) guardare con attenzione al mondo del cinema e della tv o dei videogiochi e trovare modalità di scrittura "esportabili" in altri media (in questo sono bravi ancora troppo pochi autori. Peresson cita Carrisi, Lucarelli, Camilleri).

La terza, e la più importante cosa che gli editori italiani dovrebbero fare è cominciare a ragionare in modo strategico. Vuol dire confrontarsi con i dati e fare progetti di lungo periodo, utili a prendere sensate ed efficaci decisioni editoriali e di comunicazione. Solo qualcuno ci riesce.

Sarebbe anche importante che gli editori raccontassero quel che fanno di nuovo. Per capire, per esempio, com'è cambiata l'offerta editoriale per la scuola superiore e l'università basta dare un'occhiata a [Pandoracampus, una piattaforma didattica](#) per studiare, paragonare i contenuti dei libri di testo, verificare i propri livelli di comprensione e le curve di apprendimento.

Ma è cambiata intrinsecamente anche l'offerta di editoria professionale. Oggi chi compra un libro acquista anche un diritto all'aggiornamento online: in sostanza, non si vendono più libri, ma contenuti d'informazione e servizi.

Restano però ampie aree di miglioramento. Per esempio, i tascabili potrebbero allargare il mercato, ma oggi sono solo il 4 per cento dei libri pubblicati. Eppure (lo diceva già Oreste Del Buono) li comprano anche i lettori forti.

Anche per quanto riguarda la comunicazione esistono aree di miglioramento. Per esempio, nessun editore - con l'eccezione dei romanzi rosa di Harmony - ha mai affidato la promozione di una collana a professionisti in modo continuativo e progettuale. Il difetto di fondo dell'editoria italiana - conclude Peresson - è essere nata come editoria di cultura e non essere orientata al marketing.

Fare chiarezza

Ora vorrei sciogliere un equivoco.

E perdonatemi se vi sembra accorata: in effetti, lo sono.

Fare marketing editoriale non significa "vendere i libri come se fossero saponette", ma trovare modi efficaci per far incontrare buoni libri e lettori interessati, e per incoraggiare la lettura trasformando lettori deboli o potenziali in lettori effettivi.



