

PLAY LIBRI

# I libri in Italia? Crescono piano, ma è una questione politica

Cresce di poco il valore ma anche il numero delle copie vendute: il problema è politico, anche se la politica dei libri non si occupa da molto tempo



di **Paolo Armelli**  
Blogger e content manager, scrive di libri e media soprattutto su Internet  
25 GEN, 2018



			...
8			



Come vanno i **libri in Italia**? Male. O almeno negativa è la percezione che da un decennio a questa parte si ha dell'intero mercato librario: a seconda dei vari capri espiatori che si è voluto nel tempo individuare (il sistema scolastico, gli ebook, i **rivenditori online**, la rivalità degli smartphone ecc.), sono stati molti i fattori che hanno contribuito alla **crisi della lettura in Italia**. Anche se negli ultimi anni **qualche segno positivo** è emerso, come confermano i dati diffusi dall'**Associazione Italiana Editori** all'indomani della conclusione della **Scuola per Librai** Umberto e Elisabetta Mauri di Venezia, dove sarà presentato il rapporto ufficiale.

Secondo i **dati dell'Aie**, appunto nel 2017 il **mercato del libro** è cresciuto a valore del **+5,8%**, sommando volumi cartacei e digitali, audiolibri e anche una stime delle vendite di Amazon (che come d'abitudine non rivela le

CHE 2018 MOLESTIE FACEBOOK ELEZIONI 2018...

editrici continua a crescere, anche se molto lentamente, con un **+1,2% rispetto all'anno scorso**. Cresce anche, più specificatamente, il mercato di **ebook e audiobook**, che nel nostro Paese raggiunge quota **64 milioni di euro (+3,2%)**, anche se sono ancora le **librerie fisiche** a essere la prima fonte d'acquisto per il 69,6% dei casi. A sorpresa, nonostante sembrano vivere una specie di rinascita culturale, le **librerie indipendenti** perdono però un po' di terreno.

Il dato rilevante, però, è che per la **prima volta in 7 anni** sia positivo anche il **numero di copie vendute**: 88,6 milioni (senza contare Amazon) per un **+1,2%** rispetto all'anno scorso.

LEGGI ANCHE



LIBRI - 23 GEN



WEB - 23 GEN

Cosa significa? Ebbene il **paradosso** della tanta decantata crescita editoriale degli ultimi anni era che fosse aumentato solo il valore di mercato, mentre le copie vendute diminuivano: voleva dire che gli editori riuscivano a guadagnare di più (poco di più) solamente **aumentando il prezzo** dei libri venduti. Quest'anno c'è una piccola inversione di tendenza, anche se rimane da sciogliere uno dei **nodi più complessi** della crisi libraia in Italia: perché i libri costano così tanto (o meglio si percepiscono come molto costosi)?

giustifica adducendo la motivazione delle **catene di distribuzione** che aumenterebbero di gran lunga i prezzi imposti all'origine. Sta di fatto che, in mezzo a tanti timidi segni più, c'è sempre qualche **dato sconsolante**: secondo l'Aie **in Italia legge il 62%** degli individui fra i 15 e i 75 anni (inserendo nella stima anche manuali per la casa, guide, collaterali ecc.); un dato maggiore rispetto all'ultimo indicato dall'**Istat** (40,5%) ma comunque per certi versi ancora misero (per rientrare nella statistica bastava **aver anche solo iniziato** un volume nel corso degli ultimi 12 mesi).



Tutto ciò a fronte di una produzione sterminata: nel 2017 gli editori italiani hanno mandato in stampa **quasi 67mila titoli**, e fra questi 19.860 libri di narrativa (nel 1980 se ne pubblicavano *solo* 1087). Ci si chiede anche la sostenibilità di un modello che, per far fronte a un **numero risicato di lettori**, continui a sfornare una quantità esorbitante di stimoli. Un'ipotesi plausibile (dato che il numero di copie delle prime tirature è sempre più scarso) è che si tenti di raggiungere **tanti più target possibili** colpendo nel mucchio: la solita annosa competizione fra qualità e quantità.

Ma si provi pure a mettere da parte per un attimo le velleità culturali: come dimostrano questi dati **l'editoria è un'industria** come industria va trattata. I numeri positivi di questi anni fanno tirare **piccolissimi sospiri di sollievo** (che servono soprattutto a livello psicologico e di clima culturale), ma non devono far sottovalutare il fatto secondo cui, affinché il mercato cresca in modo sostanziale, c'è bisogno di **rifondare un sistema produttivo** ma anche il pubblico di riferimento.