



Cosa può insegnarci il -20% dell'editoria messicana nel 2020

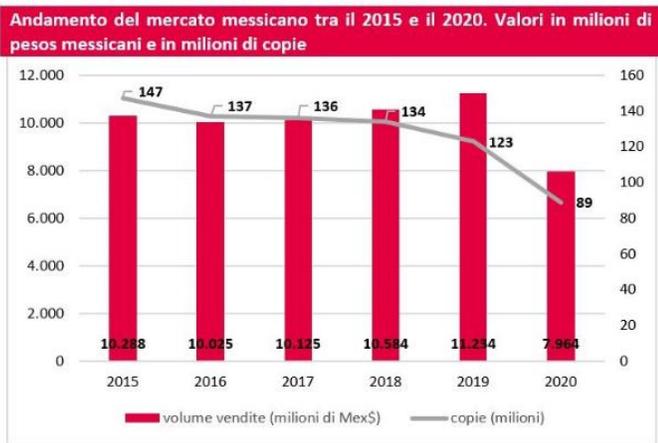


di **Bruno Giancarli** • notizia del 10 Febbraio 2021

home > le news > mercato > cosa può insegnarci il -20% dell'editoria messicana nel 2020



L'annus horribilis dell'editoria messicana si chiude con un **-20% a valore e -23,5% a volume**, secondo i dati Nielsen. E non è tutto: se si considera la totalità del panorama nazionale, le tinte del quadro diventano ancora più fosche. L'Istituto di ricerca considera solo i dati del libero mercato, escludendo quasi metà dell'industria: il cosiddetto «canal cerrado», vale a dire le vendite a governo, imprese private e scuole, in particolare tramite il Conaliteg (Commissione nazionale dei libri di testo gratuiti, organismo pubblico che distribuisce gratuitamente i libri nelle scuole dell'obbligo e rifornisce le biblioteche). Se si aggiungono anche questi dati si arriva a un desolante **-29% a valore (-35% per i soli libri di testo) e -27,7% a volume**. In termini assoluti, per l'intera editoria si parla di **3,16 miliardi di pesos persi** (pari a circa 130 milioni di euro) e **35 milioni di copie vendute in meno**.



Fonti: Nielsen Bookscan México e Caniem

Una prestazione così negativa non può essere ricondotta a un'unica causa, ed è evidente che la pandemia non abbia fatto altro che acuire **criticità dell'ecosistema editoriale messicano preesistenti**. Le analisi che seguono si limitano a prendere in considerazione i soli dati del libero mercato, anche per poter effettuare comparazioni con le economie di altri stati.

Nel suo intervento al Seminario di Perfezionamento della Scuola per Librai Umberto ed Elisabetta Mauri, Jesús Badenes, del Grupo Planeta, individuava nel **diverso grado di sviluppo delle-commerce** una delle spiegazioni delle differenze tra il **+3% della Spagna** e il **-19% del Portogallo**, affermando che lo stesso ragionamento poteva essere esteso a diversi Paesi dell'America Latina. La situazione messicana costituisce un valido esempio del suo ragionamento. **I canali digitali** hanno in effetti più che raddoppiato la loro quota nel 2020, ma **costituiscono ancora una frazione troppo esigua del totale**: stime del Caniem, l'associazione degli editori messicana, parlano di un passaggio dal 2% del mercato nel 2019 a un valore che si aggira **tra il**

LE PIÙ LETTE

- 1 **Il 2020 chiude in positivo. Un'analisi dei dati del mercato del libro in Italia alla prova della pandemia**
- 2 **Clubhouse. Il social della voce può essere un'opportunità per gli editori?**
- 3 **Sky è a caccia di libri: «Vi raccontiamo come un romanzo diventa una serie tv»**

NOTIZIE DALL'AIE



Mario Barbuto confermato presidente di Fondazione LIA Libri Italiani Accessibili



L'appello al governo di bibliotecari (AIB), editori (AIE) e librai (ALI)

MATERIALI

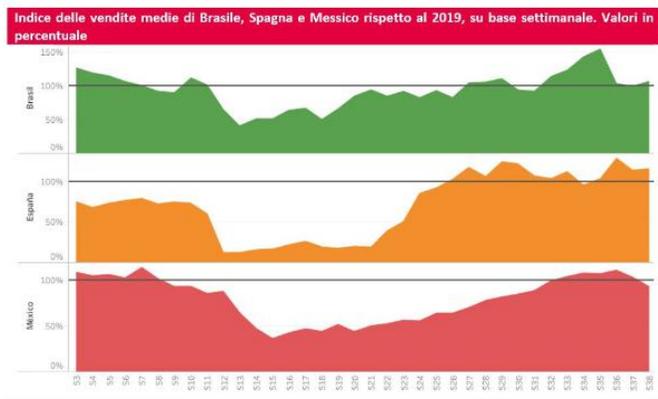
L'editoria regione per regione

Report on publishing:

5% e il 6% per il 2020. In Francia, per fare un esempio, si è passati dal 9,8% al 13,4%. Non è stato d'aiuto il fatto che i diversi attori sulla scena siano andati in ordine sparso: le case editrici Almadia, Era e Sexto Piso hanno lanciato la campagna #DependientesDeLectores, per cercare di rilanciare le vendite dirette; Penguin Random House ha utilizzato i propri canali; le librerie indipendenti hanno creato una loro piattaforma, che in sette mesi ha registrato meno di 600 transazioni, per un totale inferiore ai 200 mila pesos (poco più di 8 mila euro). Sarà anche vero, come dice la presidentessa della rete delle librerie indipendenti Claudia Bautista, che il digitale non può sostituire l'esperienza che offre una libreria fisica, e che il boom di vendite dell'ultimo trimestre dimostra l'amore dei messicani per le librerie, ma ciò non toglie che una rete digitale più sviluppata e coesa avrebbe permesso di rendere quel -20% più lieve.

Il secondo fattore che giustifica il crollo dell'editoria messicana va letto in parallelo con il precedente, vale a dire la chiusura delle librerie. Tra aprile e maggio (oltre il -50% a valore in entrambi i mesi) queste rientravano tra le attività che vendevano beni non essenziali. Quando a giugno almeno alle indipendenti è stato concesso di riaprire, molte non hanno potuto farlo per la mancanza di liquidità. Qui veniamo a un altro punto, forse il più importante di tutta l'analisi: **il Messico non ha conosciuto politiche pubbliche attive a favore del libro**. Sappiamo quanto invece siano state importanti per i paesi europei - si pensi al decreto italiano per l'editoria di arte e turismo, per fare un esempio nostrano. Se si considera inoltre che Città del Messico e l'area metropolitana sono tornate in zona rossa dal 20 dicembre, e che quindi le librerie sono nuovamente chiuse, si capisce perché i librai abbiano chiesto al presidente della repubblica Andrés Manuel López Obrador di considerare la vendita di libri attività essenziale.

Se si mettono assieme tutti questi fattori (riassumendo: mancanza di sviluppo del digitale; chiusura delle librerie; mancanza di politiche a sostegno dell'editoria; mancanza di coordinamento) si arriva a una sola conclusione: **in Messico non è esistito un vero elemento che potesse arginare la crisi**. Un grafico spiega questa situazione meglio di molte parole: se si confronta il differenziale delle vendite settimanali in percentuale rispetto all'anno precedente tra Messico, Brasile e Spagna ben si vede come sia mancato un momento di svolta, di reazione, di cambio di marcia. Ed è questo forse il più grande insegnamento che può offrire il caso messicano: **solo una collaborazione tra le forze in campo** - istituzionali e non - **che sia effettiva, assieme alla volontà di innovare, fa sì che la filiera editoriale possa superare un momento così duro**.



L'autore: **Bruno Giancarli**

Dottorato in filosofia a Firenze, Master in editoria di Fondazione Mondadori, Unimi e Aie. Attualmente in stage presso l'Ufficio studi Aie. Mi interessano i dati della filiera editoriale e le loro possibili interpretazioni.

[Guarda tutti gli articoli scritti da Bruno Giancarli](#)

[Vai alla categoria Mercato](#)

CONTINUA A LEGGERE



MERCATO

Cosa può insegnarci il -20% dell'editoria



DISTRIBUTORI

Bookwire. I numeri in crescita di un gigante



INNOVAZIONE

P come podcast, p come pandemia. Il



EDITORI

Sky è a caccia di libri: «Vi raccontiamo come

Highlights

Italian book's abroad

Mappa dell'editoria

LE INIZIATIVE

#IOLEGGOPERCHÉ
DONIAMO UN LIBRO ALLE SCUOLE

ALDUS UP
EUROPEAN BOOKTALKS NETWORK

PIÙ LIBRI
PIÙ LIBERI

FONDAZIONE
LIA

LIBRI ITALIANI ACCESSIBILI