

PERSONE

«Su TikTok un creator adolescente può fare da solo il successo di un titolo». Alla Scuola UEM il confronto sul futuro del libro



di Alessandra Rosendo • notizia del 1 Febbraio 2022

home > le news > persone > «su tiktok un creator adolescente può fare da solo il successo di un titolo»: alla scuola uem il confronto sul futuro del libro



Per il secondo anno, a causa dell'emergenza sanitaria, il **Seminario di Perfezionamento della Scuola per Librai Umberto ed Elisabetta Mauri** ha dovuto rinunciare a tenersi presso la Fondazione Giorgio Cini, sull'isola di San Giorgio Maggiore a Venezia, ripiegando sullo **streaming**. A guidare il confronto tra gli ospiti italiani e internazionali riuniti lo scorso 28 gennaio, una **riflessione sul nuovo futuro del mondo del libro** da un lato alle prese con l'incertezza pandemica che progressivamente degrada in un endemico scenario di cambiamento, dall'altro impegnato a significare le performance positive che l'editoria ha conseguito nel 2021 in gran parte dell'Europa.

Come di consueto, il Seminario ha rappresentato l'occasione per presentare i **dati di mercato dell'Associazione Italiana Editori**, realizzati in collaborazione con **Nielsen BookScan**. «Numeri molto buoni anche rispetto alle performance degli altri Paesi in Europa», ha commentato il presidente **Ricardo Franco Levi**, con l'editoria di varia che raggiunge gli **1,701 miliardi di euro di vendite a prezzo di copertina**, per **115,6 milioni di copie** (ben 18 milioni in più del 2020), in crescita rispettivamente del 16% e del 18% rispetto all'anno precedente.

Numeri che però non ci autorizzano a essere meno vigili, giacché il futuro – ha proseguito il presidente – non è privo di incognite: «In positivo, la conferma delle misure pubbliche di sostegno e l'attesa per la nuova legge di sistema per il libro. Ma c'è l'emergenza della carta, per prezzi e disponibilità, e permane il pesante impatto della pirateria. Inoltre alcuni settori, come l'editoria d'arte e di turismo, soffrono ancora molto gli effetti della pandemia».

Daltronde, il paradigma del cambiamento con cui imbocchiamo il terzo anno di pandemia si legge bene nel nodo della «propagazione» del libro, quello indagato nel corso del Seminario dalla tavola rotonda **Reset dell'editoria: vendere libri in un mondo diverso**.

James Daunt, amministratore delegato di Waterstones e ceo di Barnes & Noble, ha sottolineato come la resistenza del mercato fisico del libro – quello dei libri di carta venduti nelle librerie di mattoni – sia uno degli aspetti più straordinari della pandemia da Covid, definendo il 2021 come «il miglior anno per un libraio da quando ho iniziato il mio lavoro come libraio». Daunt spiega che la ragione di questa resistenza sta nella possibilità che solo il libraio ha di creare un **rapporto empatico con il lettore**, e che rende difficilmente replicabile il suo lavoro nello scenario del commercio elettronico.

Daltrò canto, se libro e libreria tornano a essere luoghi familiari per il pubblico dei più giovani è pure merito, lo sottolinea lo stesso Daunt, di un altro tipo di comunicazione empatica: **quella abilitata dal social network e in particolare da TikTok**. Il caso che fa scuola è quello di **Madeline Miller** e del suo **La canzone di Achille**, un caso che, nella visione di Daunt, «ha sprigionato in libreria la stessa energia che abbiamo visto con Harry Potter». Ma non è l'unico né il più singolare, considerando che negli Stati Uniti «**l'Ulisse di James Joyce è tornato tra i best seller dopo essere diventato virale su TikTok**».

Sull'empatia si sofferma anche **Michael Busch** (Thalia) annoverandola tra i cinque trend che orienteranno il nuovo futuro del libro, traendola in salvo da una crisi che – all'azienda di cui è amministratore delegato – è costata «60 milioni di euro, pari a tre anni di budget di investimento». Gli altri quattro sono l'approccio **multicanale**, l'ottimizzazione dei processi guidata dai **dati**, l'efficienza **logistica** e la messa a punto di un **ecosistema** che convinca il lettore a restare: che riassume in sé tutte le precedenti.

«**L'alleanza Tolino** – racconta Busch facendo riferimento all'esperienza di Thalia che ne è cofondatrice – è composta al 45% da piccoli librai, ed è tra le ragioni per cui Amazon ha una penetrazione più scarsa in Germania. Trasformare una società in una piattaforma e aprirla ai librai ci ha permesso di accorciare la distanza con il cliente e consente al cliente di non sentire mai l'esigenza di lasciare il nostro ecosistema: **un ecosistema aperto, completo, integrato**».

Come per il Seminario 2021, uno dei temi emersi con forza dallo scenario della pandemia è quello dell'**avanzata, nel paniere delle vendite, dei titoli di catalogo** come conseguenza del contingentamento delle nuove uscite. **Se l'anno scorso** la riduzione dei lanci novità veniva salutata unanimemente dalla tavola rotonda della Scuola UEM come risolto positivo, poiché consentiva all'editore di curare meglio ciascun titolo e al libraio di dedicargli più adeguati spazi di visibilità, quest'anno un parere più critico arriva da **Andrew Franklin**, fondatore e direttore amministrativo di Profile Books:

Confermando una dinamica che stiamo osservando anche in **Italia** – dove a fronte di un -7% per le vendite delle novità il **catalogo cresce del +20%** – Franklin racconta che nel Regno Unito, in un mercato del libro piuttosto stabile, aumenta la quota dei titoli di backlist. «L'aspetto negativo è che la percentuale dei libri nuovi si è ridotta, è **sempre più difficile pubblicare nuovi autori e nuovi titoli** ed è di conseguenza più difficile che arrivino in libreria nuovi titoli che diventeranno best seller in futuro». Per il benessere degli scrittori e della

OFFERTE DI LAVORO

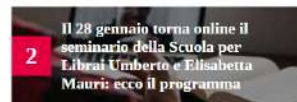


14 posizioni aperte e 7 stage per lavorare in editoria

LE PIÙ LETTE



1 Se la Piccola Biblioteca Adelphi sfilava sulla passerella di Etro



2 Il 28 gennaio torna online il seminario della Scuola per Librai Umberto e Elisabetta Mauri: ecco il programma



3 La Bologna Children's Book Fair 2022 sarà in presenza, dal 21 al 24 marzo

NOTIZIE DALL'AIE



Studi e ricerche: la nuova sezione del sito AIE



Aperte le candidature per la decima edizione del BOP-Bologna Prize Best Children's Publishers of the Year

MATERIALI

L'editoria regione per regione

Report on publishing:

nostra industria, continua Franklin, è importante sostenere le novità editoriali. «Soprattutto fintanto che non ricominciano a girare a regime le fiere, le manifestazioni, gli eventi di promozione dei libri».

È lo stesso Franklin a confermare, viepiù nello scenario pandemico, l'essenzialità delle **librerie come luogo di scoperta**, di avvicinamento, d'incontro casuale con il libro. Librerie che tendono sempre più a specializzarsi, coprendo **nicchie specifiche d'interesse e di consumo** ed esplorando i versanti della *diversity*, della rappresentatività, dell'inclusione. Come nel caso del **black bookshop** che – racconta Franklin – si stanno moltiplicando a Londra: librerie indipendenti di persone afrodiscendenti che esplorano con il loro assortimento la produzione di autrici e autori neri.

«I libri non muoiono più», osserva **Stefano Mauri**, vicepresidente e ceo di Messaggerie Italiane e presidente e ceo di GeMS, sintetizzando complessità e opportunità della trasformazione. Nell'assortimento completo e infinitamente ricercabile dell'online, la loro seconda possibilità può arrivare da dovunque. «Prima succedeva solo quando una storia veniva trasformata in una produzione hollywoodiana, oggi un **content creator adolescente può fare da solo, su TikTok, il successo di un titolo**. E può succedere in qualsiasi momento del ciclo di vita del libro. Questo significa, per l'editore, giocare con un mazzo di carte con molti più jolly».

Insomma, se qualche anno fa l'elemento principale della dinamica delle vendite sembrava essere la scelta del canale, oggi pare molto più rilevante quello del **canale di scelta, o meglio di approccio, al libro**. I social, lo sottolineava Daunt in apertura e lo conferma Mauri, portano al libro e alla libreria lettori «diversi, più giovani, che magari non ci avrebbero raggiunti in altro modo» **è la stessa dinamica del manga o, per certi versi, degli audiolibri**. «Tutto questo rende la nostra attività più imprevedibile – continua Mauri – ma si somma alle nostre azioni tradizionali senza cannibalizzarle».

In un confronto che, pur nello spettro della pandemia, ha dipinto a tinte rosee lo stato del libro in Europa, non poteva mancare un giro di tavolo sui **timori per il futuro**. Per Franklin sono le **condizioni dell'economia in generale** a preoccupare, per Daunt la **tenuta del sistema logistico**. Per Mauri, che conferma le preoccupazioni espresse dal presidente Levi, il **tema della carta** per la produzione e il confezionamento dei libri. Busch, invece, ha timore che il nostro settore imprenditoriale reiteri gli errori del passato. «Nei venticinque anni nei quali ho lavorato in editoria ho ascoltato tante persone filosofeggiare sul nostro settore, analizzando cos'era in passato, cosa stava diventando, come si stava trasformando. **Parlavamo insomma del nostro limone invece di spremerlo, mentre qualcuno ce lo rubava**». Il riferimento sembrerebbe ai big dell'e-commerce, il suggerimento quello di badare a che non capiti ancora.



L'autore: **Alessandra Rotondo**

Laureata in Relazioni Internazionali e specializzata in Comunicazione pubblica alla Luiss Guido Carli di Roma, ha conseguito il master in Editoria di Unimi, Ale e Fondazione Mondadori. Da diversi anni si occupa di contenuti, dal 2015 al Giornale della libreria. Molti dei suoi interessi coincidono con i suoi ambiti di ricerca e di lavoro: i social media e la cultura digitale, il branded content, l'e-commerce, i libri non necessariamente di carta e l'innovazione in quasi tutti i suoi aspetti. Fuori e dentro Internet.

[Guarda tutti gli articoli scritti da Alessandra Rotondo](#)

Highlights

Italian book's abroad

Mapa dell'editoria

LE INIZIATIVE

#IOLEGGOPERCHÉ
DONIAMO UN LIBRO ALLE SCUOLE

ALDUS UP
L'EDITORIA È BUSINESS. SEMPRE.

PIÙ
LIBRI
PIÙ
LIBERI

FONDAZIONE
LIA
LIBRI ITALIANI ACCESSIBILI

[Vai alla categoria Persone](#)

CONTINUA A LEGGERE



PERSONE

«Su TikTok un creator adolescente può fare da solo il successo di un titolo». Alla Scuola UEM il confronto sul futuro del libro

1 Feb 2022



NOTIZIE DALLAIE

Studi e ricerche: la nuova sezione del sito AIE

31 Gen 2022



OFFERTE DI LAVORO

14 posizioni aperte e 7 stage per lavorare in editoria

31 Gen 2022



INNOVAZIONE

Metabooks, la prima libreria del metaverso di Facebook

31 Gen 2022

CHI SIAMO

Dal 1888 informiamo, ascoltiamo e sosteniamo i professionisti dell'editoria. Oggi siamo un network di canali informativi per chi i libri li pensa, li pubblica, li scrive, li distribuisce, li traduce, li vende, li comunica, li illustra, li stampa e li confeziona. Un network fatto di carta e di schermi, con una grande attenzione al mercato e al cambiamento. E un occhio fisso sulle esigenze e i comportamenti del lettore.

Edisur srl

Copyright 2022 Edisur srl
Piva 03763520966

[Continua...](#)

CONTATTACI

redazione@gioraledellalibreria.it

+39 02 89280802

PER LA PUBBLICITÀ

pubblicita@gioraledellalibreria.it

[Scarica il nostro listino](#)

PRIVACY

[Condizioni d'uso del sito](#)

[Informazione sull'azienda](#)

[Cookies](#)

[Privacy policy](#)

[Gestione cookie](#)

È UN ECOSISTEMA DI

AIE È ANCHE



PARTNER

