

Il primato europeo, gli e-book calanti e la tenuta del settore

Editoria a convegno

Andrea Biondi

«Q uello del libro, insieme con l'alta moda, è il settore in cui l'Europa è gigante nel mondo. Sei dei primi dieci editori al mondo sono europei». Ricardo Franco Levi, presidente dell'Aie (l'associazione italiana degli editori di libri) e della Federation of European Publishers, questo

primato lo evidenzia subito, in apertura di intervento alla giornata conclusiva del quarantesimo Seminario di perfezionamento della Scuola per librai Umberto ed Elisabetta Mauri. Lo fa a sottolineare il carattere transnazionale di questo settore. Che peraltro è posizionato sulla linea del fronte, al cospetto di un cambiamento generazionale intervenuto in contemporanea con l'emergere di fenomeni che hanno scosso il comparto (e le società) dalle fondamenta: *web* ed *e-commerce* prima, *social* oggi con Tik Tok a dettare tempi e ritmi. Stefano Mauri, vicepresidente di Messaggerie Italiane e presidente del Gruppo editoriale Mauri Spagnol ne ha contezza e può darne testimonianza. È edito da Magazzini Salani, del Gruppo Mauri Spagnol, il libro più venduto in Italia nel 2022: *Fabbricante di Lacrime* di Erin Doom. Che è una «autrice giovanissima, sulla ventina» il cui libro è stato «scritto su Wattpad» la piattaforma di *social reading* più famosa al mondo. E, in pochissimo tempo, le sue storie hanno conquistato lettori in tutto il mondo aiutate anche dal tam-tam *social*. «Al Salone di Torino abbiamo invitato due *booktoker*. E le richieste ci hanno portato a chiedere una sala più grande, da 300 posti a sedere. Ma a richiedere l'ingresso sono stati in 600. E a rimanere fuori è stata la stessa Erin Doom che essendo anonima non è stata riconosciuta», ha raccontato un divertito Stefano Mauri nel corso della tavola rotonda che a Venezia ha riunito ieri Madeline McIntosh (*president* del gigante mondiale Penguin Random House); Michael Busch (il libraio che federando diverse catene librerie tedesche ha superato Amazon per quota di mercato nel settore); James Daunt (ceo di Waterstones e Barnes & Noble); Sonia Draga (presidente della Sonia Draga Publishing House); Gilles Haëri (ceo di Editions Albin Michel). C'è da fare i conti con una sicura resa? Non è questo il messaggio. Anzi, fa capire McIntosh – che certe cose le dice dal punto di osservazione della più grande casa editrice di varia al mondo – chissà che un vantaggio non possa arrivare dalla “stanchezza digitale” che può spingere il libro fisico. Già oggi in qualche modo certi effetti sono visibili nella dinamica degli *e-book* che, quanto a produzione in Italia, è calante visto che le 35.200 novità pubblicate nel 2022 sono il 28,6% in meno rispetto al 2021 e il 27,8% in meno rispetto al 2019. Di differente segno gli audiolibri che con 25 milioni di ricavi nel 2022 segnano un +4,2% sul 2021, emergendo come un comparto in ascesa. Intanto, ricorda Levi snocciolando i dati del mercato italiano realizzati in collaborazione con Nielsen BookScan, l'editoria di varia (i libri a stampa di narrativa e saggistica acquistati nelle librerie fisiche, *online* e Gdo) nel 2022 ha realizzato vendite per 1,671 miliardi di euro a prezzo di copertina, per 112,6 milioni di copie, in lieve calo rispetto all'anno precedente (-2,3% a valore e -2,4% a copie). Segno negativo, ma che si confronta con una crescita rispetto al 2019 (+13,1% a valore e +13,3% a copie). Attenzione però perché, spiega Levi, «a fronte di un'inflazione a due cifre che pesa sui bilanci famigliari, gli editori hanno mantenuto stabili i prezzi di copertina, ma la crescita dei costi della carta e dell'energia riduce drasticamente i margini, mettendo in crisi gli

operatori più fragili della filiera, come piccoli editori e librerie indipendenti». Tutte queste «sono problematiche che devono essere affrontate ora che Governo e Parlamento si apprestano a discutere di una nuova legge di sistema per il libro». Che si annuncia come un passaggio chiave per il futuro di un settore che rappresenta «la prima industria culturale italiana» con 3,5 miliardi (considerando tutto, anche la scolastica e l'editoria professionale), davanti ai 2,9 miliardi delle *pay Tv* e agli 1,8 miliardi dei videogiochi. Centrale sarà però anche l'azione di contrasto alla grande emergenza che risponde al nome di pirateria. «Al settore – chiosa Levi – costa circa 700 milioni l'anno».

Foto: Contrasto, Ag. A. Biondi

