

## Editoria

Libri, mercato a pieni giri (+16%)  
allarme sui costi della carta — p.14



Levi: «Il settore editoriale ha saputo reagire alla pandemia, c'è attesa per la nuova legge di sistema»

# Libri, mercato a pieni giri (+16%) ma è allarme sui costi della carta

## Editoria

Pubblicato il Rapporto dell'Aie sull'andamento del settore librario nel 2021

Il valore del mercato a quota 1,7 miliardi con 115,6 milioni di copie

Lara Ricci

Lo scorso anno il mercato italiano dei libri ha registrato una crescita mai vista. Secondo il rapporto che l'Associazione italiana editori (Aie) presenta ogni anno al seminario di perfezionamento della Scuola per librai Umberto ed Elisabetta Mauri, l'editoria di varia (libri a stampa di narrativa e saggistica venduti nelle librerie fisiche, online e nella grande distribuzione) ha raggiunto 1,701 miliardi di euro di vendite a prezzo di copertina, per 115,6 milioni di copie, registrando rispettivamente un +16% e +18% rispetto al 2020, un anno che - nonostante la pandemia - era già andato bene. Infatti, rispetto al 2019, la crescita delle vendite è stata del 14%, del 16% quella delle copie. «Un dato senza precedenti nella storia del libro italiano» ha affermato Ricardo Franco Levi, presidente dell'Aie. «I dati confermano le nostre previsioni di settembre: l'editoria italiana ha saputo reagire alla pandemia e, anche grazie alle politiche di sostegno pubblico messe in atto da governo e parlamento, chiude il 2021 in forte crescita, dopo un 2020 già soddisfacente». Levi ha osservato

che i numeri sono «molto buoni anche rispetto agli altri Paesi europei, ma il futuro 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». L'analisi dell'Aie mostra che l'Italia si conferma la sesta editoria nel mondo (dopo Usa, Cina, Germania, Regno Unito e Francia), con una crescita decisamente maggiore di Germania e Regno Unito, dove il mercato di varia è salito del 3%, ma minore rispetto a Spagna e Francia (+20%), che però nel 2020 aveva subito un calo. Nel 2021 è cresciuto anche il numero di nuovi titoli editi in Italia: 85.881, il 16% in più sul 2020 e il 14% in più sull'ultimo anno pre-pandemico; mentre è leggermente calato (2,4% sul 2020) il prezzo medio di copertina, ora di 14,72 euro. Se si aggiungono anche gli ebook e gli audiolibri il valore del mercato sale a 1,881 miliardi di euro. Le vendite di ebook sono calate dell'11% (a 86 milioni di euro), invece gli audiolibri hanno fatto un balzo del 37% (a 24 milioni di euro). Nonostante il cambiamento di vita indotto dal Covid-19 il primo canale di acquisto restano le librerie: hanno una quota di mercato del 51,5%, mentre quelle online rappresentano il 43,5% delle vendite, entrambe in crescita di pochi decimali sul 2020. La grande distribuzione ha perso 0,9 punti percentuali e oggi copre il 5%.

Si muove tutto il mercato, non solo i bestsellers: i 50 titoli più venduti pesano sul totale solo per il 5,4% a valore di copertina e per il 4,5% a copie: segno di un mercato distribuito su un sempre maggior numero di titoli, che

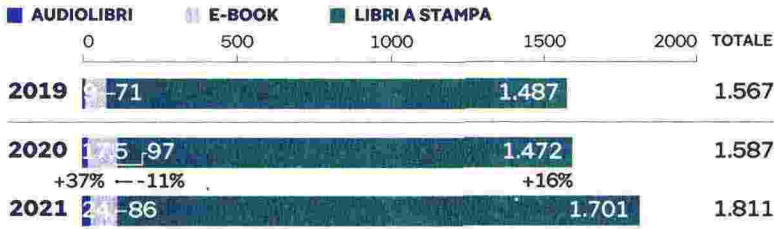
cresce sulle novità (+7%) ma ancor più sul catalogo (+20%). «Il ciclo di vita dei libri, si è allungato» ha spiegato Stefano Mauri, presidente e ad di GeMs. «Se una volta una seconda chance di essere diffuso un libro l'aveva solo se Hollywood decideva di trasformarlo in un film, oggi gliela può offrire anche un *booktuber* di 16 anni proveniente da una qualche parte del mondo», ha aggiunto Mauri, riferendosi al caso della *Canzone di Achille*, di Madeline Miller, terzo titolo più venduto in Italia nel 2021, dopo *L'inverno dei leoni*, di Stefania Auci, e *Cambiare l'acqua ai fiori*, di Valérie Perrin e facendo poi l'esempio di *Una vita come tante*, di Hanya Yanagihara, pubblicato sei anni fa e ora tornato *in auge*. La contropartita è che le novità ora devono competere con tutto il catalogo e non solo coi nuovi titoli. La crescita del 2021 è stata uniforme rispetto a tutti i generi, con una performance eccezionale dei fumetti che hanno portato la macro-categoria in cui ricadono, manualistica e altro, a crescere del 37%. Secondo un'indagine Prometeia, presentata da Angelo Tantazzi, il 2022 vedrà ancora una crescita, seppur a velocità dimezzata. Preoccupa l'aumento del prezzo del gas «schizzato a livelli ancora più alti del petrolio durante la crisi petrolifera del 1972-73». «L'aumento del costo dell'energia - ha detto Levi - genera a cascata l'aumento del costo di carta e logistica, che sono assai importanti per l'editoria». Le crescenti necessità di packaging, ha aggiunto Stefano Mauri, rendono sempre più difficile procurarsi la carta. «La pandemia ha fatto sì che le persone avessero dieci minuti in più al giorno per leggere. Questo ha provocato un incremento del mercato del 15%: c'è ancora un grande potenziale di crescita» ha concluso Achille Mauri, presidente di Messaggerie.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Lo scenario

### LE VENDITE

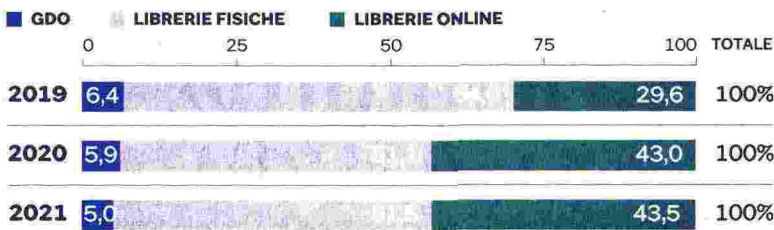
Valori in milioni di euro e incremento percentuale sull'anno precedente



Fonte: elaborazione Ufficio studi AIE da fonti diverse

### I CANALI COMMERCIALI

Quote di mercato in % sulla base delle vendite a prezzo di copertina



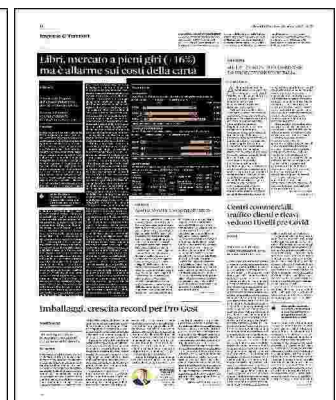
Fonte: rielaborazione Ufficio studi AIE da fonti diverse

### LE TIPOLOGIE

Andamento a valore delle quote di mercato per macro-generi e crescita percentuale rispetto al 2020; valori in milioni di euro

Macro-generi	Anno	Valore (milioni di euro)	VAR. %
Fiction italiana	2020	198,8	9,7
	2021	218,1	
Fiction straniera	2020	246,8	18,1
	2021	291,6	
Bambini e ragazzi	2020	240,2	19,3
	2021	286,6	
Saggistica	2020	245,0	17,3
	2021	287,3	
Saggistica professionale	2020	267,5	4,8
	2021	280,3	
Manualistica e altro	2020	182,1	37,2
	2021	249,9	

Fonte: Ufficio studi AIE su dati Nielsen BookData



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

003004