

Il mondo dell'editoria riunito a Venezia. Il 2022 in calo sebbene sopra i livelli pre-Covid

Libri, mercato in tenuta nel 2023

Ma il divario fra grandi e piccoli gruppi rischia di aumentare

DI MARCO A. CAPISANI

Il 2023 dei libri è iniziato sotto buoni auspici e promette bene anche per i prossimi mesi. Almeno fino alla tarda primavera. I buoni auspici sono regali, grazie alle vendite di *Spare* del principe Harry, che potrà avere una coda lunga pure a maggio con l'incoronazione del padre Carlo. Ma si tratta anche di viatici confermati come quello di **Niccolò Ammaniti** che, a distanza di 8 anni, ritrova stabilmente il suo pubblico con il nuovo libro *La vita intima*. Si è respirato quindi un clima economico perlopiù positivo, ieri a Venezia, al convegno conclusivo del 40° Seminario di perfezionamento della Scuola per librai Umberto ed **Elisabetta Mauri**, una sorta di riunione di famiglia del settore librario italiano, con tutti i nomi più grandi, più importanti o più blasonati tra gli editori e i librai della Penisola (che hanno voluto ricordare **Achille Mauri**, recentemente scomparso).

Secondo i dati Aie, è vero, il 2022 chiude col segno negativo davanti ai risultati della varia (-2,3% a valore intorno agli 1,7 mld di euro, -2,4% a copie) ma si veleggia sempre sopra i livelli pre-Covid (+13,1% a valore e +13,3% a copie sul 2019). In aggiunta, i manga hanno aperto il mercato a nuovi lettori, giovani che comprano edizioni di carta per giunta, mentre aumentano i momenti di lettura quotidiana, seppur sempre più brevi, i social spingono la lettura e l'e-commerce allunga la vita dei cataloghi (a conferma dei 10 titoli più venduti nel 2022 il più recente è *Mussolini il capobanda* di **Aldo Cazzullo**, uscito lo



Il presidente dell'Aie Ricardo Franco Levi

scorso settembre). Cosa preoccupa allora editori e librai tricolori? Esattamente l'altra faccia di queste certezze. I manga, per esempio, hanno un prezzo in generale più basso dei libri di narrativa e hanno quindi ridotto il prezzo medio del venduto 2022. Non proprio una gioia e infatti, a Venezia, c'è chi scommette su un loro prossimo incremento di prezzo. I social, invece, promuovono la lettura ma creano picchi inaspettati di domanda in un settore che, già l'anno scorso, ha registrato oscillazioni sempre più ampie. L'e-commerce, infine, copre oltre il 42% delle vendite ma ha smesso di crescere, nell'editoria libraria come in altri comparti.

Comunque, la fotografia è di «un mercato che tiene e terrà pure quest'anno», ha detto intervenendo al convegno **Ricardo Franco Levi**, presidente dell'Associazione italiana editori. «Affronteremo nuove sfide come quella di arrivare a una Legge organica di sistema, difendere l'App18 e assicurare uno sgravio fiscale per l'acquisto della carta», il cui rincaro mette sotto pressione i margini delle case edi-

trici, insieme ai maggiori costi energetici, sempre secondo Levi. Non a caso è sulla tenuta dei margini aziendali, secondo i gruppi sentiti a margine del convegno da *ItaliaOggi*, che si rimanda al giro di boa primaverile per vedere chi resisterà.

Al momento il trend che s'inizia a intravedere nel settore è l'allargamento del-

la forbice tra grandi e piccoli gruppi, in cui i secondi sono maggiormente a rischio. Alle sfide 2023, infine, si aggiunge in primo piano la lotta alla pirateria che ogni anno sottrae 700 mln di euro di vendite, come aggiunto da Levi.

Il caso del canale di vendita delle librerie fisiche, poi, conferma i timori di una polarizzazione in arrivo visto che i punti vendita fisici tornano ad aumentare la loro quota di mercato (ora al 53,2% dal 51,5% del 2021), pur non recuperando i livelli pre-pandemia. Nel dettaglio, infatti, la crescita dello scorso anno ha riguardato soprattutto le librerie di catena (non le piccole) che hanno beneficiato nelle città, nelle stazioni e negli aeroporti della fine dei lockdown.

E i bestseller, per anni assi pigliatutto per recu-

perare le vendite di un intero anno, non possono supportare di nuovo il sistema? Lo scorso Natale, il momento di acquisti più importante, non è uscito nessun bestseller.

«I 100 titoli più venduti pesano sul totale del mercato solo per l'8,1% a valore di copertina e per il 7,1% a copie, segno di un mercato distribuito su un sempre maggior numero di titoli», chiarisce il presidente Aie. «Rispetto al 2019, il catalogo è cresciuto del 18%, le novità pubblicate durante l'anno dell'8%». Ma, anche in questo caso, una rivitalizzazione del catalogo e un peso maggiore delle novità ha il suo risvolto della medaglia: maggiori oneri nella gestione degli spazi espositivi e delle forniture per le librerie. A maggior ragione, se si tratta d'insegne indipendenti.

© Riproduzione riservata



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

003004