

Aie, saggistica e narrativa: nel 2025 vendite giù del 3%

ROMA - Il 2025 si chiude per l'editoria di varia, ovvero saggistica e narrativa, con tre milioni in meno di libri a stampa comprati dagli italiani nei canali trade (librerie, online e grande distribuzione). Nei dodici mesi sono state acquistate infatti 99,5 milioni di copie, in flessione del 3% rispetto al 2024. A valore il calo è del 2,1%, con 32,6 milioni di euro di acquisti in meno, su 1.483,9 milioni di euro di acquisti complessivi. In un anno di mercato in sofferenza aumentano però gli acquisti in digitale: gli ebook crescono del 2,4% fino a 87 milioni di euro di vendite, gli audiolibri del 13,3% sino a 34 milioni di euro di acquisti (abbonamenti). Considerando anche il digitale, il mercato del libro di varia si attesta così a 1.604,9 milioni di euro, in flessione dell'1,6% rispetto l'anno precedente: ebook e audiolibri riescono così a ridurre le perdite del 2025.

L'analisi, basata su dati di NielsenIQ BookData, è stata presentata ieri dal presidente dell'Associazione italiana editori (Aie) Innocenzo Cipolletta durante la giornata conclusiva del XLIII Seminario di perfezionamento della scuola per librai Umberto e **Elisabetta Mauri** di Venezia. "Chiudiamo un anno difficile con un calo delle copie a stampa comprate che ci porta per la prima volta negli ultimi cinque anni sotto la soglia dei 100 milioni di libri nei canali trade - ha spiegato Cipolletta -. L'auspicio è che il 2026 possa iniziare un cambio di direzione, anche grazie alle misure di sostegno alla domanda: fondo biblioteche da 60 milioni, la Carta Cultura per le famiglie meno abbienti da 17 milioni e, con riferimento al 2027, il Bonus Valore Cultura per tutti i diplomati entro i 19 anni che va a sostituire Carta Cultura e Carta del Merito". "Inoltre i dati ci dicono - continua Cipolletta - che la spesa delle famiglie e la spesa per libri, al netto di periodi anomali come quello che va dal 2016 al 2025, tendono a seguire le stesse dinamiche. È quindi ragionevole immaginare che, sul medio periodo, la spesa per

libri torni a crescere sulla scia della spesa generale delle famiglie". Diffuso il segno meno in gran parte dell'Europa. Il calo a copie comprate del mercato italiano (-3%) è coerente con le performance di gran parte degli altri Paesi europei. La Germania perde il 4,9%, i Paesi Bassi il 3%, Francia e Regno Unito il 2,5%, l'Irlanda lo 0,4%. La Spagna pareggia il risultato dell'anno precedente (più 0,2%), in controtendenza il Portogallo (più 7%).

Andamenti diversi per classe di dimensione degli editori. La flessione del mercato è disomogenea rispetto alla dimensione degli editori: rispetto a un calo del mercato a copie del 3%, i gruppi perdono l'1,9%, gli editori oltre i cinque milioni di venduto fuori dai gruppi calano del 6%, quelli tra 1 e 5 milioni guadagnano l'1,2%, quelli fino a un milione di venduto calano del 6,2%. In calo tutti i canali. Nei 12 mesi, le librerie online hanno perso il 3,9% delle vendite a valore, la grande distribuzione il 4,2%, le librerie fisiche (indipendenti e di catena) lo 0,7%. Tra le librerie fisiche, però, sono in maggiore sofferenza le librerie indipendenti che, a copie, perdono l'8,5% degli acquisti, pari a 1,3 milioni di copie. Tra i generi, solo i libri per bambini e ragazzi sfuggono al segno meno. A livello di generi, solo il settore bambini e ragazzi cresce a copie dello 0,3%. La narrativa straniera e i fumetti calano dello 0,8%, la narrativa italiana flette dell'1,8%, la saggistica generale del 3,3%, la manualeistica pratica del 6,8%, la saggistica specialistica del 10,6%. La top 10 vede invece un mix tra narrativa, soprattutto straniera, e saggistica di carattere divulgativo: sono comunque tutti titoli usciti nel corso dell'anno. In flessione sia novità che catalogo, ma il secondo cala meno delle prime. Nei 12 mesi le novità pubblicate sono state 70.409 (escluso scolastica e autopubblicati), in crescita dell'1,8% rispetto al 2024. Nonostante ciò, il calo a copie delle novità acquistate, pari al 3,7%, è più alto della flessione del catalogo, meno 2,7%.