

La circolazione dei libri nel 2020: questioni aperte e ipotesi interpretative

di Gino Roncaglia e Giovanni Solimine

Il mercato del libro tra luoghi comuni e verità nascoste

L'andamento del mercato editoriale – in particolare per quanto riguarda la circolazione e l'uso dei libri – già in passato ci ha sorpreso varie volte, smentendo alcune convinzioni e previsioni che troppo frettolosamente si erano diffuse. Stupisce che molte interpretazioni siano assolutamente sganciate dai fenomeni reali, al punto da poterle definire dei luoghi comuni e non analisi fondate sull'evidenza di dati statistici. Molti commentatori ignorano, per esempio, che l'editoria libraria e la stampa quotidiana e periodica rappresentano nel loro insieme più del 40% dell'industria culturale italiana e non immaginano che l'incasso per la vendita di libri e giornali già prima della pandemia valeva più di otto volte quello del botteghino delle sale cinematografiche o che il fatturato delle pay tv, che hanno dalla loro gli abbonamenti ai maggiori eventi sportivi, supera quello dell'industria editoriale di appena 15 milioni¹.

Si rischia di liquidare frettolosamente certi fenomeni e di coglierne solo gli strati più superficiali, trascurando invece l'analisi delle dinamiche profonde che incidono sui comportamenti di lettura². In molti casi, infatti, la difficoltà a compren-

GINO RONCAGLIA, Università degli studi di Roma Tre, Dipartimento di Filosofia, comunicazione e spettacolo, Roma, e-mail gino.roncaglia@uniroma3.it.

GIOVANNI SOLIMINE, Sapienza Università di Roma, Dipartimento di Lettere e culture moderne, Roma, e-mail giovanni.solimine@uniroma1.it.

Il testo riprende e amplia il contenuto della relazione tenuta in streaming dai due autori il 5 febbraio 2021 in apertura del seminario "2020: Il miracolo dei libri. L'impatto della pandemia sui comportamenti di lettura e sul mercato librario". La registrazione dell'incontro è disponibile sul canale YouTube del Forum del libro, <<https://www.youtube.com/watch?v=zr8WInPScXw>>. Questo testo è il frutto di un lavoro congiunto, sviluppatosi per progressivi approfondimenti, che si sono avvalsi anche delle preziose osservazioni di Bruno Mari.

Ultima consultazione dei siti web: 7 aprile 2021.

1 Su un valore complessivo di circa 15 miliardi di euro nel 2019, l'editoria libraria valeva 3,037 miliardi, la stampa periodica 1,751 e quella quotidiana 1,677. *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2020*, a cura dell'Ufficio studi AIE. Milano: Ediser, 2020, p. 65.

2 Giovanni Solimine, *Lo stargate della lettura, ovvero il passaggio che stiamo attraversando*, «AIB studi», 60 (2020), n. 2, p. 325-344, DOI: 10.2426/aibstudi-12179.



dere l'andamento del settore è dovuta al fatto che non si è prestata la dovuta attenzione ai segnali, forse non immediatamente percepibili, di alcune novità che a distanza di poco tempo avrebbero manifestato per intero la loro importanza.

Come vedremo, un'analisi più attenta porta a un quadro assai più articolato e complesso. E va detto subito che non sempre questo quadro è di facile interpretazione: le dinamiche della lettura e del mercato editoriale si lasciano sempre più difficilmente analizzare in base alle poche dimensioni tradizionalmente utilizzate (percentuale di lettori che hanno letto almeno un libro nell'anno precedente, dati sulle vendite a valore e a copie ecc.). Una difficoltà legata per un verso ai molteplici effetti del nuovo ecosistema comunicativo (ruolo degli e-book, ma anche delle nuove forme di testualità digitale diverse dalla forma-libro; crescita del self-publishing e dell'editoria indipendente; mutamenti nelle forme della lettura, spesso più veloce e cursoria, e/o rapsodica e frammentata anche per l'esplosione dei possibili rimandi extratestuali), per altro verso alla comparsa di soggetti di mercato, in primo luogo Amazon, assai rilevanti ma poco o per nulla trasparenti nella diffusione di dati e che spesso sfuggono alle principali rilevazioni statistiche. Le dimensioni da prendere in esame per avere un quadro ragionevolmente soddisfacente della situazione aumentano, mentre la qualità e quantità dei dati disponibili (peraltro spesso interpretati in maniera assai approssimativa) non solo non cresce adeguatamente, ma può in alcuni casi diminuire e di frequente trascura i fenomeni più nuovi, sia sul versante della produzione editoriale, sia dei comportamenti di lettura.

In altri termini: i dati disponibili sono inadeguati a fornire un quadro completo della situazione, e risultano a volte contraddittori. D'altro canto, le semplificazioni e i luoghi comuni sono a loro volta fuorvianti e assai spesso inesatti.

Citiamo solo qualche esempio, in un ordine funzionale al tipo di analisi che vorremmo proporre anche per cercare di comprendere la situazione attuale:

- Da almeno una ventina d'anni sentiamo ripetere che i libri elettronici sostituiranno quelli analogici e che il libro di carta è prossimo a morire. Potrebbe anche andare a finire così, ma per il momento i dati dicono tutt'altro. Gli e-book non hanno sfondato: nei principali mercati occidentali, a partire da quello USA, negli anni 2016-2019 la penetrazione complessiva degli e-book sembra ferma su valori relativamente stabili³, caratterizzata semmai da un progressivo parziale disallineamento rispetto al mercato dell'editoria cartacea, con una diminuzione delle quote della grande editoria tradizionale e un aumento di quelle dell'editoria digitale indipendente e del self-publishing⁴. Nel campo dell'editoria generalista, anche dove hanno avuto le migliori fortune, gli e-book non hanno mai superato una quota di mercato del 20-

3 Per il mercato USA si vedano ad esempio i dati PEW Research (<<https://statista.com/statistics/237070/frequency-of-reading-e-books-on-an-ebook-reader-in-the-united-states/>> o <<https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/09/25/one-in-five-americans-now-listen-to-audiobooks/>>), per il mercato europeo e altri mercati occidentali si veda l'indagine Rüdiger Wischenbart, *The digital consumer book barometer 2020*, <https://www.wischenbart.com/upload/2020-digital-consumer-book-barometer_Final_8Jun2020.pdf>.

4 Questa tendenza è stata studiata fra il 2015 e il 2018 da Paul Abbassi, autore – con lo pseudonimo di Data Guy – di un report annuale diffuso attraverso il sito AuthorEarnings (cfr. <<https://the-digital-reader.com/2018/10/25/data-guy-unmasked-on-linkedin-as-bookstat-ceo-paul-abbassi/>>). Dal 2018 il sito non è più attivo ed è stato sostituito da un servizio a pagamento chiamato BookStat (<<https://bookstat.com/>>).

25%⁵, mentre i dati dei mercati non anglofoni europei (Italia compresa) restano mediamente attorno o sotto la soglia del 10%⁶. Gli e-book restano dunque in una posizione minoritaria rispetto ai libri cartacei, anche tra il pubblico giovanile. I libri elettronici non si presentano insomma finora come una alternativa vincente rispetto ai libri analogici, forse per i limiti dei dispositivi di lettura o perché sono ancora un'imitazione dei libri di carta e utilizzano solo in piccola parte le potenzialità delle tecnologie digitali. Ovviamente, i dati sono cresciuti sensibilmente durante il lockdown⁷, ma

5 Fornire cifre esatte è assai complesso, perché molto dipende dai parametri scelti e dalla disponibilità di dati: per il mercato USA – che rappresenta il maggior mercato occidentale per l'editoria digitale – e il periodo 2013-2019, POW Research stima fra il 23% e il 28% la percentuale di adulti che hanno letto almeno un e-book nei dodici mesi precedenti, con un andamento altalenante (lieve crescita nel periodo 2013-2016, lieve decremento nel periodo 2016-2019; si veda il già citato <<https://www.statista.com/statistics/237070/frequency-of-reading-e-books-on-an-ebook-reader-in-the-united-states/>>), ma i dati sono più bassi se consideriamo la penetrazione a copie, e ancor più bassi se consideriamo la penetrazione a valore. Tuttavia, l'analisi a copie e a valore si basa quasi sempre solo sui dati AAP e Nielsen, che non coprono adeguatamente il segmento dell'editoria indipendente e del self-publishing. Nel complesso, una stima del 20%-25% di penetrazione sembra ragionevole, ma si tratta comunque di un dato tutt'altro che rigoroso. Dati più o meno analoghi riguardano il mercato UK; Andrew Gloag; Alan Lockey, *Quality control: reading, publishing and the modern attention economy*. London: Demos, 2019, p. 23 (<<https://demos.co.uk/project/quality-control/>>), sulla base di dati Demos, stima al 20% la percentuale di lettori che preferiscono la lettura digitale a quella su carta.

6 Si veda il già citato report Rüdiger Wischenbart 2020. Il dato oscilla fra l'8% e il 9% per il mercato in lingua tedesca, fra l'8% e il 12% per il mercato in lingua spagnola (con la soglia più bassa relativa al calcolo a valore e quella più alta relativa al calcolo a copie), tra il 7% e l'11% per il mercato in lingua italiana (con le stesse osservazioni: a valore, il mercato e-book italiano del 2019 si collocava in realtà probabilmente intorno al 6%, ma la penetrazione nei comportamenti di lettura era di qualche punto percentuale maggiore). Le stime molto più alte della penetrazione degli e-book in Italia risultato delle ultime indagini AIE-Cepell saranno discusse in seguito.

7 I dati di paesi occidentali diversi sembrano indicare in maniera abbastanza coerente un aumento di circa il 20%-30% della quota di mercato degli e-book rispetto a quella precedente l'inizio della pandemia (la percentuale di crescita è dunque calcolata relativamente al solo segmento e-book e non in termini assoluti; per gli USA, cfr. la ricerca NPD group, <<https://publishingperspectives.com/2020/07/us-book-market-npd-sees-a-31-percent-jump-in-ebook-sales-in-april-covid19/>>); i dati AAP sono più bassi (+16,5% a ottobre 2020 rispetto all'anno precedente: *AAP October 2020 StatShot Report*, AAP, 14 dicembre 2020, <<https://publishers.org/news/aap-october-2020-statshot-report-publishing-industry-up-7-3-for-month-down-1-0-year-to-date/>>), ma riflettono probabilmente la tendenza alla minore penetrazione degli e-book prodotti dalla grande editoria rispetto a quelli prodotti da editoria indipendente e self-publishing: un fenomeno su cui torneremo. Per il mercato UK, Nielsen Research stima un aumento del 17% nei primi sei mesi del 2020: <<https://www.theguardian.com/books/2020/nov/14/pandemic-drives-ebook-and-audiobook-sales-by-uk-publishers-to-all-time-high-covid>>; per il mercato in lingua tedesca, si veda lo specifico report Rüdiger Wischenbart disponibile all'indirizzo <https://www.dropbox.com/s/tarqk9liwlccaor/DigiBaro-Covid_DACH_07_final.pdf?dl=0>; per il mercato francese, si veda *Le baromètre des usages du livre numérique: édition spéciale «confinement»*, a cura del Syndicat national de l'édition, dicembre 2020, disponibile all'indirizzo <<https://www.sne.fr/document/synthese-des-resultat-du-barometre-des-usages-du-livre-numeriqu-edition-speciale-confinement/>>; per il mercato italiano, i dati della ricerca AIE-Cepell diffusi a dicembre 2020 stimano un aumento (sempre in termini relativi) di circa il 20-25% nella percentuale di lettori di e-book, più sensibile fra i lettori forti. Va considerato tuttavia che un aumento di queste dimensioni, considerata la penetrazione come si è visto non altissima degli e-book, rappresenta in termini assoluti un progresso solo parziale, pur se sensibile.

questo non è merito degli e-book⁸ e non è detto che la tendenza si consolidi⁹; su questo torneremo comunque più avanti. L'allontanamento dalla lettura di libri verificatasi tra i ragazzi e gli adolescenti non si è diretto verso il libro digitale (nel 2019 appena il 6% dei lettori italiani di età compresa fra i 15 e i 74 anni leggeva solo e-book)¹⁰, ma ci mostra uno spostamento dai libri e dalla lettura in direzione di altri canali di intrattenimento e di apprendimento.

- Andiamo avanti. Quando nel 2015 Mondadori acquisì il ramo libri di RCS, che all'epoca era il secondo gruppo editoriale italiano, si ebbe una comprensibile reazione contro il rischio rappresentato dalla posizione dominante che il nuovo colosso avrebbe avuto, raggiungendo sulla carta un peso superiore al triplo rispetto ai gruppi GeMS e Giunti, ci furono tante polemiche e si invocò l'intervento dell'Antitrust. I dati (stime GfK) ci dicono che oggi il maxi-gruppo detiene una quota di mercato intorno al 25%, sostanzialmente analoga a quella che fino al 2015 Mondadori occupava da solo (24,9%, cui si doveva aggiungere il 10,3% di Rizzoli), a dimostrazione che le concentrazioni orizzontali non sempre ottengono il risultato sperato: portano benefici in termini di efficienza, economie di scala e razionalizzazione dei processi con

8 Sembrano andare in direzione diversa alcuni fra i dati presenti nella citata ricerca AIE-Cepell del dicembre 2020 (<https://network.aie.it/Portals/_default/Skede/Allegati/Skeda105-5079-2020.12.15/La%20lettura%20e%20i%20consumi%20culturali%20nell%e2%80%99anno%20dell%e2%80%99emergenza_Cepell_AIE_16122020.pdf>), che mostrerebbero – sia prima sia, in forma ancor più accentuata, dopo l'emergenza Covid-19 – una penetrazione degli e-book assai maggiore di quella stimata da altre fonti, e addirittura assai maggiore di quella rilevata negli USA, con un 40% di lettori di libri che 'legge per lo più digitale' e, per la prima volta, un sorpasso dei lettori che leggono prevalentemente in digitale o leggono indifferentemente su carta e in digitale rispetto ai lettori che preferiscono leggere su carta (secondo questa ricerca, scesi al 46%). Senonché questo dato è in chiaro contrasto con altri risultati della stessa indagine (ad esempio con il dato secondo cui il 70% dei lettori non ha mai letto un e-book nel corso dell'anno), e in contrasto ancor più forte con la quota di mercato effettivamente rappresentata dagli e-book in Italia. Fortissimo è anche lo scarto – per quanto riguarda la valutazione della diffusione degli e-book – fra le ricerche AIE-Cepell e i dati Istat che, nel più recente report *Produzione e lettura di libri in Italia*, relativo al 2019 e uscito nel gennaio 2020 (<<https://www.istat.it/it/archivio/252381>>), stimano all'8,7% la percentuale di popolazione che ha letto almeno un e-book nell'anno precedente: un dato che corrisponde al 21,7% dei lettori, meno della metà della percentuale fornita dall'indagine AIE-Cepell. Ulteriore testimonianza di quanto si diceva in apertura sulla difficoltà di disporre di dati uniformi e affidabili che aiutino a interpretare la situazione. L'impressione è comunque in questo caso – in assenza di informazioni specifiche sulla composizione e rappresentatività del campione – che il dato AIE-Cepell nasca da una risposta fortemente influenzata dalla formulazione della domanda, che fa riferimento a una lettura 'anche parziale', e potrebbe essere stata interpretata nel senso di un incontro anche solo occasionale con libri (o magari anche con altre forme di testualità) in formato digitale. In ogni caso il dato, proprio per il suo carattere assai anomalo, va rilevato anche in funzione di auspicabili approfondimenti attraverso indagini più dettagliate e specifiche sulle abitudini di lettura in digitale.

9 Anche perché probabilmente è almeno in parte legata all'offerta di e-book gratuiti in iniziative di 'solidarietà digitale' alle quali hanno aderito moltissimi editori (cfr. <<https://www.cepell.it/it/il-centro-left/notizie/notizia/467-solidariet%C3%A0-digitale-ebook-gratuiti-per-promuovere-la-lettura-nei-giorni-dell-emergenza.html>>), iniziative che evidentemente sono legate solo alla fase dell'emergenza.

10 *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2020* cit., p. 27.

risparmio dei costi, ma difficilmente hanno effetti proporzionali in termini di rafforzamento sul mercato¹¹. I problemi maggiori vengono, tuttavia, dalle concentrazioni verticali¹²: bisognerebbe preoccuparsi di più per le distorsioni provocate dalla distribuzione e dalla logistica, nelle quali vige un regime quasi monopolistico; per il ruolo di assoluto predominio esercitato da Amazon nel settore dell'e-commerce, la cui già rapida espansione è stata come vedremo ulteriormente accelerata dalla pandemia, o ancora per il fatto che le principali catene di librerie sono di proprietà dei grossi gruppi editoriali.

- In molte occasioni è stato detto, e giustamente, che il mercato librario presenta tendenze anticicliche e soffre meno di altri settori merceologici – o può addirittura crescere – nei periodi di crisi. Il libro è infatti un bene che offre una fruizione relativamente lunga a un costo relativamente basso e, nel contempo, può essere sia strumento di aiuto nella comprensione della crisi, sia strumento di evasione dalla crisi stessa. Tuttavia, il carattere anticiclico del mercato librario sembra essere stato messo in discussione dall'andamento del mercato durante la crisi economica che ha segnato il periodo 2008-2018. Dopo il fallimento di Lehman Brothers, l'effetto domino relativo ai mutui *subprime* e le conseguenti sofferenze bancarie hanno contribuito a determinare una crisi economica e dei consumi di portata globale. Ma in questo caso – almeno nel nostro paese – lettura e mercato editoriale non hanno manifestato il previsto andamento anticiclico: hanno retto bene fra il 2008 e la prima metà del 2011 ma a partire dal terzo trimestre 2011 l'andamento è stato molto negativo, forse anche per l'impatto della legge Levi sul tetto agli sconti, entrata in vigore proprio il 1° settembre 2011. Sul fronte della percentuale dei lettori il 2010 ha segnato col 46,8% la punta massima, poi è cominciato il declino. A partire dal 2011 si è registrato un calo notevole della lettura e in soli tre anni si sono persi tre milioni di lettori; nel periodo 2011-2016 il fatturato del comparto editoriale è sceso da circa 3,5 miliardi di euro a 2,7 e la percentuale dei lettori è calata di oltre sei punti, oscillando poi su valori che nel 2019 hanno toccato col 40% la punta più bassa nel decennio. Alcuni commentatori hanno attribuito queste difficoltà al fatto che questa volta la crisi picchiava duro, al punto che per la prima volta non si verificava la solita tendenza anticiclica. Ma ciò che è davvero accaduto non va analizzato semplicisticamente, se intendiamo cogliere il senso della svolta verificatasi nel corso di quest'ultimo decennio. Vero è che, mentre tutti i settori pagavano le conseguenze della crisi e si contraevano, a partire dalla fine del 2011 anche l'acquisto libri è sembrato andare nella stessa direzione, seguendo l'andamento del ciclo dei consumi. Ma, a nostro avviso, il fenomeno non è dovuto solo o principalmente alla crisi economica e non è assimilabile, se non in minima parte, a un calo generalizzato dei consumi (secondo i dati della contabilità nazionale, fatto uguale a 100 il dato del 2000, nel 2018 l'indice generale della spesa per consumi è pari a 142,9 e quello per l'acquisto libri è di 82,7). Anche

11 Un'indicazione che viene anche dalle esperienze internazionali: con riferimento alla recente fusione fra Penguin Random House e Simon & Schuster, è stato osservato che le quote di mercato del nuovo colosso editoriale sarebbero comunque minori di quelle che Penguin e Random House avevano al momento della loro fusione nel 2012 (cfr. Alex Barker; Anna Nicolaou, *Bertelsmann seeks to write new chapter with Simon & Schuster*, «Financial Times», 22 dicembre 2020). Ovviamente questo nulla toglie ad altre preoccupazioni legate al processo di concentrazione editoriale, dal piano occupazionale alle alterazioni degli equilibri distributivi e di canale.

12 Elena Ranfa, *Il ruolo della promozione e della distribuzione nella filiera del libro: orientarsi nel dedalo dell'editoria italiana*, «AIB studi», 60 (2020), n. 1, p. 131-142, DOI: 10.2426/aibstudi-12051.

per questo, non è affatto detto che possa essere superato se e quando le cose riprenderanno a girare nel verso giusto. Basta infatti guardare i dati per capire che le difficoltà del mercato librario sono in gran parte dovute a cause endogene. A fronte di un calo complessivo dei lettori pari a poco più di sei punti percentuali nel periodo 2010-2016, che non è mai stato superiore ai tre punti all'anno e che a volte ha addirittura manifestato oscillazioni di segno positivo, tra le generazioni più giovani si è aperta una vera e propria voragine, raggiungendo addirittura uno scarto di oltre quattordici punti nella fascia d'età 11-14 e di dodici punti nella fascia 15-17, di gran lunga più pesante di quanto non sia accaduto per le altre generazioni; da rilevare che, nello stesso periodo, tra gli over 60 la lettura aveva tenuto o era addirittura cresciuta. Siccome i giovani erano e, malgrado tutto, restano ancora coloro che leggono di più, il loro allontanamento dai libri ha inciso proporzionalmente in misura notevole nella determinazione del risultato complessivo. Non è casuale che la crisi del mercato editoriale sia sovrapponibile alla migrazione sulla rete di un'intera generazione di lettori, fortemente attratta da internet mobile e dai social network: quindi la causa del calo è più articolata e può essere attribuita alla concorrenza nell'uso del tempo¹³ fra contenuti online e forme più tradizionali di lettura, comprese quelle legate alla forma libro. È probabilmente l'insieme di questi fattori – e in particolare la diffusione di smartphone e tablet sempre più potenti, associata all'abbattimento dei costi della navigazione da dispositivi mobili – ad aver contribuito al calo tanto degli indici di lettura quanto della redditività del mercato editoriale tradizionale.

- A partire dal 2017 si è verificata una leggera ripresa, ma anche questa va letta attentamente: nel 2015 si è invertita la tendenza della spesa media delle famiglie per l'acquisto di libri; il mercato dei libri di varia è cresciuto del 2,8% nel 2017 rispetto all'anno precedente, dello 0,7% nel 2018, tendenza confermata nel 2019 con un incremento del 3% circa; nel 2019 le vendite complessive hanno nuovamente superato i 3 miliardi di euro. Una crescita legata però in primo luogo all'aumento medio dei prezzi di copertina, mentre non vi è stato alcun incremento del tasso di lettura: rispetto al 40,5% del 2016, l'indice è stato del 41% nel 2017, del 40,6% nel 2018, del 40% nel 2019¹⁴: variazioni minime, che rientrano nei margini di errore statistico. Il fatto che i dati economici migliorino senza un corrispondente allargamento del perimetro della lettura, si spiega col fatto che in questi ultimissimi anni è leggermente aumentato il prezzo medio del venduto e finalmente, dopo quasi otto anni, è aumentato del 4% anche il numero di copie vendute. In generale sembra che si siano venduti più libri a chi già era lettore e che si sia recuperata una parte del pubblico giovanile, mentre le cose non sono andate bene nelle fasce d'età comprese fra i 25 e i 64 anni, e cioè quelle più direttamente legate alla vita lavorativa; un peggioramento che riguarda soprattutto il pubblico femminile, che resta largamente maggioritario ma arretra più sensibilmente¹⁵.

13 Sulla competizione in atto nel 'mercato dell'attenzione' si veda Beniamino Pagliaro, *Attenzione!*. Milano: Hoepli, 2018.

14 I report Istat su libro e lettura sono disponibili sul sito dell'Istat; il più recente, relativo al 2019, è il già citato *Produzione e lettura di libri in Italia* (<<https://www.istat.it/it/archivio/252381>>).

15 Nel corso di nove anni, fra il 2010 e il 2019, la percentuale delle donne lettrici (criteri Istat) è scesa dal 53,1% al 44,3%, con una perdita di 8,8 punti percentuali; nello stesso periodo, la quota dei maschi lettori è passata dal 40,1% al 35,5%, con una perdita di 4,6 punti. Per i dati in dettaglio si veda la tavola 57 del citato report su *Produzione e lettura di libri in Italia* dell'Istat.

- Ciò che è avvenuto nel pubblico giovanile merita un approfondimento, per verificare se l'allontanamento dei giovani dalla lettura sia davvero ineluttabile, ma anche per valutare gli effetti di uno specifico intervento a sostegno della domanda: dal 2016 il governo mette infatti a disposizione di chi compie 18 anni un 'bonus cultura', erogato attraverso la cosiddetta App18 e utilizzabile anche per l'acquisto di libri. Complessivamente sono stati stanziati 1 miliardo e 270 milioni di euro, destinati a circa 2 milioni e mezzo di ragazzi; si stima che all'acquisto di libri sia stata dedicata quasi la metà delle somme disponibili (tra 2016 e 2019 il 47% delle somme erogate, pari a 525 milioni su 1.110). Va ricordato quanto già detto in precedenza e cioè il calo verificatosi negli anni 2010-2016 nella fascia d'età 15-17, che da lì a poco sarebbe stata destinataria del bonus: in quel periodo la quota dei lettori è calata dal 59,1% al 47,1%, che in cifre assolute equivale a 241.000 lettori in meno. L'effetto della misura sembra essere stato molto positivo, dato che nella fascia di età 18-21 anni (vale a dire tra i giovani che hanno usufruito del bonus) sono stati rilevati nel triennio successivo 183.000 lettori in più e la percentuale è passata dal 46,8% del 2016 al 53,4% del 2017, al 51,1% del 2018, e infine al 54% del 2019¹⁶: si tratta in assoluto dell'unica fascia di età con un sensibile aumento nel periodo, e sembra abbastanza chiara la relazione fra questo aumento e il bonus cultura per i diciottenni. Il recupero è meno accentuato e più altalenante nelle altre fasce di età del pubblico giovanile, ma comparando i dati 2016 con quelli 2019 la crescita riguarda tutto il segmento 6-24 anni¹⁷. Nell'universo giovanile si stanno manifestando anche altri interessanti fenomeni¹⁸ che andranno monitorati con attenzione e nel tempo per comprenderne l'effettiva portata. I buoni risultati ottenuti attraverso la App18 portano a chiedersi se non sia opportuno, all'interno del Piano nazionale di ripresa e resilienza, destinare risorse a un intervento simile ma indirizzato alla fascia d'età 14-17, che nell'ultimo anno è stata quella in cui è stato maggiore il ricorso alla didattica a distanza di emergenza, per rafforzarne la propensione alla lettura e favorire lo sviluppo delle relative competenze.

Questa lunga premessa¹⁹ aveva il duplice scopo di fornire il quadro di riferimento prima della pandemia, per meglio capirne gli effetti sul mondo del libro e della lettura, e di servire da *caveat* e da invito alla prudenza, per evitare di gestire con superficialità i dati su quanto è accaduto durante la pandemia e di trarne conclusioni affrettate.

16 Il Report Istat 2019 cit., alla tavola 58, presenta i dati relativi alle fasce 15-17, 18-19 e 21-24. Un ringraziamento particolare va a Emanuela Bologna che ha effettuato un supplemento di elaborazione dei dati per verificare in modo più preciso gli incrementi scorporando le fasce di età destinatarie del bonus.

17 *Ibidem*.

18 I cambiamenti sembrano essere trainati non solo dall'incentivo erogato ai diciottenni, ma dai buoni risultati che si registrano nell'editoria per infanzia e giovani adulti. Probabilmente un ruolo lo sta avendo anche l'aumento di spazio al settore delle graphic novel, che negli ultimi 4-5 anni sono state 'sdoganate' come appartenenti a pieno titolo alla categoria dei libri, e non più relegate tra i 'fumetti' come genere minore. Del resto, in una settimana dall'uscita in libreria *Scheletri* di Zerocalcare ha venduto quasi 13.000 copie, risultando primo in classifica, davanti ad autori di best-seller come Simonetta Agnello Hornby, Ken Follett, Andrea Camilleri, Sveva Casati Modignani e Antonio Scurati.

19 Per una più approfondita analisi dei punti di forza e di debolezza del mercato librario, ci sia consentito il rinvio al contributo di Giovanni Solimine su stampa ed editoria, pubblicato a p. 179-193 del volume *Industria, Italia. Ce la faremo se saremo intraprendenti*, a cura di Riccardo Gallo. Roma: Sapienza Università Editrice, 2020, DOI: 10.13133/9788893771535.

Come vedremo, anche nel corso del 2020 in più occasioni si è reso necessario rivedere i pronostici e alternativamente si sono fronteggiate interpretazioni ottimistiche o pessimistiche riguardo all'impatto del Coronavirus sui comportamenti dei lettori e sui consumi culturali in generale.

L'impatto della pandemia sui comportamenti di lettura

Dell'impatto che la pandemia Covid-19 ha avuto sul mondo del libro, sull'industria editoriale, sulle abitudini di lettura si è già detto e discusso moltissimo²⁰. Se analizziamo cosa è successo durante il 2020 riguardo all'acquisto e alla lettura dei libri e alle risposte elaborate dai vari soggetti della filiera, forse riusciamo a capire come potrebbero cambiare la lettura e la circolazione dei libri dopo il Coronavirus.

Per prima cosa, va detto che il 2020 non può essere analizzato e valutato in blocco, senza differenziare le reazioni e i comportamenti del pubblico dei lettori, che si sono mostrati molto diversi nei diversi periodi dell'anno.

Nelle prime settimane di lockdown ci eravamo illusi - un po' superficialmente, bisogna ammetterlo - che la reclusione forzata avrebbe spinto la gente a leggere di più. Questa speranza trascurava però un elemento essenziale: con la produzione editoriale bloccata, le biblioteche chiuse e le saracinesche delle librerie abbassate, ciò presupponeva che le famiglie avessero tanti libri in casa. Un po' alla volta ci siamo dovuti render conto che non è affatto scontato che il vuoto che si è creato possa essere riempito dalla lettura, una pratica finora abbastanza trascurata dagli italiani e che adesso speravamo potesse per incanto conquistare terreno. Del resto, lo choc che ha colpito tutti non ha risparmiato neppure i lettori abituali: nelle prime settimane eravamo incollati per ore e ore al computer e al televisore per avere notizie e, pur avendo tanto tempo libero, non avevamo forse la capacità di concentrazione che la lettura richiede²¹. Forse per questo motivo, nella primissima fase dell'emergenza la lettura non è cresciuta in maniera significativa, mentre il mercato librario ha subito perdite assai notevoli²².

20 Una rassegna, inevitabilmente parziale ma comunque molto ampia, dei tanti articoli e contributi pubblicati nei mesi immediatamente successivi alla prima esplosione dei contagi è disponibile sul sito del Forum del libro: cfr. <<https://forumdellibro.org/2020/04/26/emergenza-libro-2020-dichiarazioni-interviste-comunicati/>>. Per una analisi della reazione delle biblioteche, ma non solo, si veda ora il numero monografico *La biblioteca nel mondo che verrà*, «Biblioteche oggi trends», 6 (2020), n. 2, <<http://www.bibliotecheoggi.it/trends/issue/view/85>>.

21 Durante il primo lockdown in molti hanno sottolineato la difficoltà di leggere pur in un contesto apparentemente favorevole per l'obbligo di restare a casa, e hanno cercato di individuarne le ragioni: si vedano ad esempio Constance Grady, *Why it's so hard to read a book right now, explained by a neuroscientist*, «Vox», 11 maggio 2020, <<https://vox.com/culture/2020/5/11/21250518/oliver-j-robinson-interview-pandemic-anxiety-reading>>; Glenn Sumi, *The science behind why it's so hard to read a book right now*, «Now Toronto», 19 giugno 2020, <<https://nowtoronto.com/culture/books-culture/why-so-hard-to-read-books-during-coronavirus>>; Sophie Vershbow, *I can't read a book right now – and I am not alone*, «Vogue», 3 aprile 2020, <<https://www.vogue.com/article/why-cant-i-read-books-right-now>>.

22 Abbastanza rivelatrice al riguardo è la differenza tanto nei dati quanto nel tono fra la prima e la seconda indagine AIE-Cepell sulla lettura durante l'emergenza: la prima indagine, del luglio 2020, è fortemente segnata dal pessimismo legato ai dati del primo lockdown (cfr. <<https://www.cepell.it/it/documenti/documenti-istituzionali/699-sintesi-indagine-cepell-aie/file.html>>); la seconda indagine, del dicembre 2020, rovescia completamente il segno dell'interpretazione (cfr. <<https://network.aie.it/>>).

Un'altra previsione sbagliata ha riguardato la lettura a scuola. Si era anche sperato che l'interruzione dell'attività scolastica in presenza potesse rilanciare la lettura: infatti la didattica dovrebbe essere un mix fra attività in presenza, attività collaborative online e studio individuale, assemblate insieme in quel grande fenomeno sociale che è la scuola. Ma molti insegnanti non prevedono uno spazio per la lettura come pratica formativa e quindi il libro non poteva comparire all'improvviso nell'organizzazione della didattica a distanza. Nelle scuole che invece disponevano di biblioteche scolastiche funzionanti e avevano allestito servizi bibliografici e documentari di qualità, anche a seguito dei finanziamenti pervenuti in base all'azione #24 del Piano nazionale scuola digitale²³ e dei successivi bandi MIUR-Cepell, pare che le risposte siano state migliori²⁴.

Sembra che invece le cose siano andate diversamente durante la seconda ondata, in cui i comportamenti sono stati diversi, forse perché stiamo imparando a convivere col virus e a usare in modo diverso il tempo reso libero per la mancanza di spostamenti e per il lavoro e lo studio a domicilio. Forse stiamo usando in modo diverso anche la nostra disponibilità di reddito per consumi, destinando al mercato librario un po' dei soldi non spesi in altre attività culturali e sociali (non si va a teatro o nei musei, non si fa turismo culturale, non si va al ristorante ecc.): ciò riguarda soprattutto i ceti sociali meno toccati dagli effetti economici della pandemia e in primo luogo i 'lavoratori intellettuali' dipendenti, come gli insegnanti, che sono anche le categorie in cui molto probabilmente è maggiore la presenza di lettori forti²⁵.

Per effetto di questi diversi atteggiamenti, nella seconda fase dell'emergenza il mercato librario ha avuto un andamento differente, smentendo le aspettative più pessimistiche. Anche grazie alla creatività e all'intraprendenza degli operatori della filiera, infatti, le cose sono andate molto meglio del previsto. Tra marzo e aprile il calo degli incassi per librai ed editori è stato del 70% e si prevedeva di chiudere l'anno con un -40%, mentre, con il trasferimento in rete di gran parte delle attività umane, veniva naturale immaginare che Amazon avrebbe fatto il vuoto attorno a sé.

Non è andata esattamente così, anche se, come vedremo, la prevedibile impennata delle vendite online c'è stata e potrà avere effetti di lungo periodo: era sconta-

Portals/_default/Skede/Allegati/Skeda105-5081-2020.12.16/postcomunicato%20stampa%20Cepell%20AIE%2016%20dicembre.pdf>). È possibile, comunque, che una progressiva crescita della propensione alla lettura sia iniziata già nel primo lockdown, senza riflettersi immediatamente sugli acquisti per le limitazioni imposte dalla situazione e manifestandosi poi con maggior chiarezza nei mesi successivi anche in coincidenza con la riapertura delle librerie; in questo senso sembrano andare i dati del Report Istat cit., p. 11.

23 <https://www.istruzione.it/scuola_digitale/prog-biblioteche-scolastiche-innovative.shtml>.

24 Sull'uso del digitale nella scuola e sulle problematiche innescate dalla cosiddetta didattica a distanza praticata durante la prima ondata si veda Gino Roncaglia, *L'età della frammentazione: cultura del libro e scuola digitale*, 2. ed. accresciuta. Roma-Bari: Laterza, 2020.

25 Questa supposizione si fonda su alcuni 'indizi': la propensione alla lettura è maggiore se è più alto il titolo di studio (tra i laureati la percentuale dei lettori forti è del 21,7%, a fronte di un dato complessivo del 15,6%); essa è maggiore fra le donne (il 16,7% legge più di 12 libri all'anno) che fra gli uomini dov'è del 14,1% (e l'81,7% del corpo docente è composto da donne). Anche solo questi dati permettono di immaginare che la quota di lettori forti sia maggiore fra chi insegna rispetto al resto della popolazione; una considerazione rafforzata dalla maggiore propensione alla lettura che sembra ragionevole collegare alla specificità della professionalità docente.

to che, con la chiusura degli esercizi commerciali e il confinamento in casa dei consumatori, ci fosse un incremento dell'e-commerce e non sorprende quindi che ciò sia accaduto anche per i libri. A seguito del d.p.c.m. del 10 aprile, le librerie hanno riaperto; si è avuta una rinascita di alcune piccole librerie indipendenti, legata in parte alla capacità di mantenere un solido rapporto con la propria clientela, affidandosi ai social network e organizzando iniziative sul web, e in parte alla tendenza agli acquisti di prossimità indotta dalla pandemia; 320 librai hanno inforcato la bicicletta e si sono organizzati per la consegna a domicilio²⁶, ha preso corpo più o meno consapevolmente un 'movimento di acquisti militanti' - che, cioè, intendeva coalizzarsi al fine di contenere il dilagare di Amazon²⁷ - e i risultati, pur non potendo evidentemente arrestare la prevedibile e forte crescita delle vendite online, non si sono fatti attendere.

Il mondo delle librerie fisiche ha insomma subito nel 2020 un danno notevole, ma ha anche mostrato una resilienza assai maggiore rispetto ad altri settori. Nel periodo maggio-dicembre abbiamo così assistito a un fenomeno in assoluta controtendenza e a una stagione di almeno parziale rilancio, forse perché i lettori, non appena è stato possibile uscire di casa, sono tornati in libreria con la voglia di 'smaltire l'arretrato' acquistando i libri che frattanto gli editori ricominciavano a sfornare o di cui si era discusso nei tantissimi incontri con autori, presentazioni, webinar ecc. fioriti sulla rete nei mesi precedenti: già durante l'estate le fosche previsioni sono state messe in discussione e la temuta perdita del fatturato si è presto ridotta, passando dal -20% registrato tra gennaio e aprile 2020 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, al -11% rilevabile se facciamo un confronto sui primi sei mesi e mezzo: da gennaio a metà luglio il fatturato è stato di 533 milioni di euro, mentre nello stesso periodo del 2019 era di 600 milioni.

Non si tratta di un fenomeno solo italiano: va infatti notato che forme di riorganizzazione del canale di vendita rappresentato dalle librerie indipendenti davanti all'emergenza Covid e alla crescita delle quote di vendita online si sono verificate anche in altri paesi. Uno degli esempi più interessanti è il successo di Bookshop.com, piattaforma statunitense di vendita online legata alle librerie indipendenti, lanciata prima della pandemia ma che ha mostrato i propri punti di forza proprio durante la crisi, allargandosi anche al Regno Unito²⁸.

²⁶ Cfr. <<https://www.libridaasporto.it/>>.

²⁷ Una sintesi di quanto è stato detto e scritto contro la spregiudicatezza dell'azienda di Bezos nei mesi scorsi è contenuta nell'articolo di Maria Teresa Carbone, *Amazon, macchina da guerra implacabile*, «Il Manifesto», 17 novembre 2020, <<https://ilmanifesto.it/amazon-macchina-da-guerra-implacabile/>>.

²⁸ «Bookshop.org launched in January, to try to counter Amazon by offering independent bookstores an improved online commerce hub. After many bookstores were forced to close in early spring due to pandemic-related lockdowns, Bookshop provided an online option for their customers. Profits from sales at Bookshop support expansion of the site, including abroad (the site launched in the U.K. in November), and are funneled back to affiliate independent bookstores. The site has sold more than \$50 million in books. 'We've earned \$10,162,000 for bookstores this year, including direct store sales and our profit pool,' said CEO Andy Hunter. 'Our next profit pool distribution will happen in January, when we'll distribute over \$2 million to stores.' As of late December, 1,000 stores had signed up as affiliates in the U.S. Bookshop's success was part of a larger online shift at indie booksellers. Digital audio bookseller Libro.fm reported a 48% increase in bookstore partnerships last year over 2019, and now works with 1,321 stores. The number of units sold jumped by 200% over 2019, Libro.fm said». Jim

In ottobre, facendo il punto come ogni anno in occasione della Buchmesse di Francoforte, l'AIE ha cominciato a manifestare un certo ottimismo (a quel momento le vendite di libri cartacei, tra librerie, grande distribuzione e store online, valevano 850 milioni, contro i 914 del corrispondente periodo dell'anno precedente)²⁹ e a fine anno si è potuto constatare che il 2020 si è chiuso addirittura con il segno + su alcuni indicatori (incremento del 3,31% a valore³⁰ e leggero decremento delle copie vendute rispetto al 2019, nell'ordine dello 0,39%), pur con il ricordato e preoccupante spostamento di parte del volume d'affari dalle librerie 'fisiche' verso quelle online³¹.

Per quanto riguarda quest'ultimo aspetto, la quota di mercato delle vendite online è stata nel 2020 assai vicina al 45%, ed è un settore come sappiamo largamente appannaggio di Amazon (che ne detiene oltre l'80%), mentre le librerie di catena sono scese a poco più del 30%, le librerie indipendenti a poco più del 18%, e la grande distribuzione è ormai sotto il 7%. Confrontando la quota di mercato 2020 con quella 2019 l'e-commerce ha dunque guadagnato circa il 36% (un dato vicinissimo alla crescita complessiva di Amazon stimata per il 2020 anche nel mer-

Milliot; Ed Nawotka, *2020 in the book biz was a year unlike any other*, «Publishers weekly», 31 dicembre 2020, <<https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/publisher-news/article/85218-2020-in-the-book-biz-was-a-year-unlike-any-other.html>>. Non tutti gli osservatori valutano positivamente il ruolo di Bookshop.org (si vedano ad esempio le critiche di James Daunt nell'intervista a Maria Teresa Carbone, *Il libro piace di quartiere e on-line*, «Il Manifesto», 29 gennaio 2021), ma si tratta indubbiamente di una novità che merita attenzione. In parte simile è il funzionamento della piattaforma italiana Bookdealer, anch'essa sviluppatasi durante la pandemia: cfr. Davide Turrini, *Le librerie indipendenti si coalizzano contro Amazon: con Bookshop e l'italiano Bookdealer si acquistano libri e si aiutano i negozianti*, «Il fatto quotidiano», 3 novembre 2020, <<https://www.ilfattoquotidiano.it/2020/11/03/le-librerie-indipendenti-si-coalizzano-contro-amazon-con-bookshop-e-litaliano-bookdealer-si-acquistano-libri-e-si-aiutano-i-negozianti/5989662/>>. Un sintetico quadro d'insieme sulla situazione delle librerie nei diversi paesi europei durante l'emergenza Covid-19, basato su dati della European and International Bookseller Federation (EIBF), è disponibile all'indirizzo <<https://www.sne.fr/actu/les-librairies-en-europe-au-temps-du-confinement/>>.

29 <<https://www.aie.it/buchmesse2020.aspx>>.

30 Dato che andrebbe però analizzato tenendo presente la differenza fra valore a prezzo di copertina e valore a prezzo di mercato: l'incremento sembra legato soprattutto ai prezzi di mercato, più che a quelli di copertina, ed è quindi dovuto anche agli effetti del tetto agli sconti previsto dalla nuova legge sul libro. Un recupero di marginalità che è andato presumibilmente a premiare, fra i canali di vendita, quelli che in precedenza proponevano sconti maggiori, e dunque in primo luogo l'e-commerce. Dobbiamo a Bruno Mari queste osservazioni.

31 È interessante osservare che l'andamento dei diversi canali di vendita è strettamente legato alla loro configurazione e alle politiche di lockdown adottate: negli USA durante il lockdown è aumentata la quota di vendite nella GDO, dato che grandi magazzini e drugstore sono sempre rimasti aperti, con un andamento esattamente opposto rispetto all'Italia (la differenza può anche spiegarsi in parte con gli effetti del tetto agli sconti nella nuova legge sul libro italiana, che ha prevedibilmente penalizzato la GDO e si è sommata agli effetti negativi del lockdown). Dato che in queste tipologie di punti vendita la scelta è in genere limitata, la conseguenza per il mercato USA è stata in quei mesi anche una marcata perdita di bibliodiversità. Cfr. *Covid-19 and book publishing* cit., p. 35. Negativo comunque anche negli Stati Uniti l'andamento delle librerie di catena e in particolare di Barnes & Noble, che continua a soffrire la concorrenza di Amazon, accentuata dalla crescita delle vendite online.

cato USA)³², le catene hanno perso circa il 23%, le librerie indipendenti oltre il 10%, la GDO oltre il 7%³³.

A un andamento complessivo che ha visto un forte recupero dal punto di vista delle vendite, si accompagnano dunque cambiamenti assai rilevanti (e preoccupanti) del peso relativo dei diversi canali di vendita. Tale situazione - ed è questa forse la novità profonda che si sta manifestando e che rischiamo di non valutare in tutta la sua portata - sembra indicare due linee di tendenza, compresenti ma in parte contraddittorie, che possono forse giustificare sia l'interpretazione ottimista di chi vede il bicchiere mezzo pieno, sia l'interpretazione pessimista di chi vede il bicchiere mezzo vuoto.

La prima tendenza, confermata anche dai numeri di altri mercati internazionali³⁴, fa pensare a un almeno parziale recupero, nel caso della pandemia e più segna-

32 Cfr. oltre, n. 33.

33 Stime dell'Ufficio studi di Giunti. La differenza di stima del valore dell'e-commerce tra AIE (43%) e Giunti (45%), pur derivando da un modello analogo, si spiega con il fatto che nel caso di AIE il calcolo si basa sul perimetro delle librerie territoriali usato da Nielsen, che contiene anche i circa 100 milioni di euro di ricavi delle librerie religiose e professionali, rispetto al perimetro usato da GfK utilizzato da Giunti, che non contiene questo dato. Anche in questo caso ringraziamo Bruno Mari per averci messo gentilmente a disposizione i dati.

34 Per il mercato statunitense, l'ultimo AAP report disponibile nel momento in cui scriviamo (quello di novembre 2020) è perfettamente in linea con i dati italiani, segnalando un forte recupero nella seconda fase della crisi, che porta a bilanciare e a valore anche a superare le perdite della prima fase: <<https://publishers.org/news/aap-november-2020-statshot-report-publishing-industry-up-24-5-for-month-up-0-8-year-to-date/>>; i dati Bookscan relativi all'intero 2020 sembrano ancor migliori, con una crescita addirittura dell'8,2% (<<https://www.npd.com/wps/portal/npd/us/news/press-releases/2021/after-a-slow-start-u-s-print-book-sales-rose-8-2-percent-in-2020-the-npd-group-says/>>), trainata soprattutto dal comparto bambini e ragazzi. Una tendenza analoga caratterizza il mercato del Regno Unito: cfr. <<https://www.the-bookseller.com/news/print-market-soars-post-lockdown-1231046>> (contenuto dietro *paywall*) e, per i dati complessivi 2020, <<https://www.thebookseller.com/news/bookscan-estimates-2020-full-year-print-market-55-value-1234212>>; pur se con dati di crescita meno marcati, la tendenza è evidente anche in altri mercati europei: per il mercato tedesco, una sintesi è in Cornelia Geißler, *Wir holen alles nach: hoffnung in traurigen zeiten*, «Berliner-Zeitung», 14 dicembre 2020, <<https://www.berliner-zeitung.de/kultur-vergnuegen/umsatz-im-buchhandel-steigt-wir-holen-alles-nach-hoffnung-in-traurigen-zeiten-li.125731>> (la situazione è però leggermente peggiorata con il secondo lockdown nella seconda metà di dicembre: cfr. <<https://www.livreshebdo.fr/article/un-bilan-negatif-pour-le-marche-du-livre-allemand>> e <<https://www.giornaledellalibreria.it/news/librerie-germania-le-mancate-riaperture-rischiano-di-aggravare-il-23-del-2020-4351.html>>); la prima tabella di quest'ultimo articolo mostra chiaramente l'enorme impatto che le singole fasi di lockdown hanno avuto sull'andamento del mercato del libro); in Francia il primo bilancio economico del 2020 segnala un lieve calo, di circa il 2% (<<https://actualitte.com/article/98231/edition/le-chiffre-d-affaires-de-l-edition-francaise-finirait-l-annee-2020-en-recul-de-2>>), anche se la perdita a livello di commercio al dettaglio è maggiore, dell'ordine del 4,5% (<<https://www.livreshebdo.fr/article/le-marche-du-livre-chute-de-4-5-en-2020>>). Dati assai più negativi arrivano invece dal mercato portoghese, che ha visto un 2020 segnato da un calo pesantissimo (-19%) forse anche perché il periodo di lockdown in Portogallo è slittato in avanti rispetto ad altri paesi europei e perché può essersi manifestato un rallentamento delle esportazioni verso gli altri paesi dell'area linguistica lusitana (anche se il mercato brasiliano è andato assai meglio, con una crescita di circa il 2% a valore e di circa il 4% a copie: <https://www.anl.org.br/docs/GfK_Mercado_de_Livros_Nov_Dez_2020_ANL.pdf>). Una tabel-

tamente della seconda fase dell'emergenza Covid-19, della funzione anticiclica che il libro aveva perso (soprattutto nel nostro paese) durante la crisi economica. Abbiamo già ricordato alcuni dei fattori che possono aver contribuito a questo risultato: anche se le librerie fisiche sono rimaste chiuse per alcuni mesi, nel corso del 2020 il libro ha comunque indubbiamente sofferto meno rispetto ad altre tipologie di consumi culturali (come teatro, musei, concerti) molto più strettamente legati agli spostamenti e alla presenza fisica nei 'luoghi della cultura'. Comprare e soprattutto leggere libri è stato possibile durante tutto l'arco dell'emergenza, e questa possibilità ha accentuato i già ricordati, tradizionali caratteri anticiclici della lettura: costo relativamente basso rispetto all'impegno di tempo, maggiore adattabilità a situazioni difficili, flessibilità rispetto alla dialettica informazione/evasione che tende a manifestarsi in questi casi (con la possibilità di scegliere sia libri di approfondimento legati alla crisi e all'attualità, sia libri di 'conforto' che permettono una temporanea evasione)³⁵. Si è anche già accennato al fatto che per i redditi da lavoro dipendente e in particolare per il pubblico impiego (a partire dagli insegnanti) la pandemia può aver paradossalmente portato a una maggiore capacità di acquisto, legata alla riduzione di alcune voci di spesa (ad esempio i trasporti per raggiungere il luogo di lavoro) in costanza di reddito.

D'altro canto, una seconda tendenza – che, come si è detto, è in almeno parziale contrasto con la prima – è quella a un mutamento abbastanza radicale (e per molti

la riassuntiva sull'andamento di diversi mercati europei è nella presentazione realizzata dall'AIE per l'incontro sull'andamento del mercato del libro organizzato il 20 gennaio 2021 dalla Scuola per Librai Umberto ed Elisabetta Mauri, in rete all'indirizzo <https://network.aie.it/Portals/_default/Skede/Allegati/Skeda105-6105-2021.1.29/AIE_RFLevi_Scuola%20Mauri%2029%20gennaio.pdf>. Fra i molti articoli dedicati al 'sorprendente' recupero di libri e lettura nella seconda metà dell'anno, si veda ad esempio Elizabeth A. Harris, *Surprise ending for publishers: in 2020, Business was good*, «New York Times», 29 dicembre 2020, <<https://www.nytimes.com/2020/12/29/books/book-publishing-2020.html>>. Uno sguardo d'insieme sul fenomeno è fornito dal dettagliato report di Cliff Guren (Syntopical), Thad McLroy (The future of publishing) e Steven Sieck (SKS advisors), *Covid-19 and book publishing: impacts and insights for 2021*, 7 gennaio 2021, in rete all'indirizzo <https://thefutureofpublishing.com/new/wp-content/uploads/2021/01/COVID-19_and_Book_Publishing-FINAL.pdf>.

35 Una dialettica di questo tipo si era già manifestata nel caso della doppia crisi rappresentata dall'epidemia spagnola e dalla Prima guerra mondiale, con un aumento nella lettura di libri storici e saggi da un lato, e di romanzi dall'altro. Per una discussione divulgativa ma ricca di riferimenti si veda Senjuti Patra, *Reading through difficult times: books and their readers in 1918-1920*, «Book Riot», 13 novembre 2020, <<https://bookriot.com/books-and-their-readers-in-1918-1920/>>. Nell'emergenza Covid-19 la componente di evasione sembra prevalente rispetto a quella di informazione e approfondimento (nell'articolo di Bruno Giancarli, *I best seller del 2020 nel mondo*, pubblicato il 25 febbraio 2021 sul sito «Giornale della libreria», si osserva che «C'è però qualcos'altro che ci aspetterebbe di trovare e che invece non c'è: il Covid. In nessun Paese tra quelli considerati figura sul podio un libro che abbia per oggetto l'evento più importante dell'anno»: <<https://www.giornaledellalibreria.it/news-mercato-i-best-seller-del-2020-nel-mondo-4353.html>>), ma va osservato comunque che, pur se non fra i primissimi libri più venduti, testi legati alla comprensione e interpretazione della pandemia sono comunque presenti in maniera rilevante: *Spillover* di David Quammen è ad esempio l'unico paperback presente fra i cinquanta titoli più venduti in Italia del 2020 (cfr. Giovanni Peresson, *Cosa abbiamo letto nel 2020? Un'analisi dei titoli più venduti in Italia*, «Giornale della libreria», 1° marzo 2021, <<https://www.giornaledellalibreria.it/news-mercato-cosa-abbiamo-letto-nel-2020-unanalisi-dei-titoli-piu-venduti-in-italia-4354.html>>).

versi potenzialmente pericoloso) dell'organizzazione interna e del funzionamento del mercato del libro: a fronte di un recupero dei canali di vendita tradizionali negli ultimi mesi dell'anno, che comunque non permette di pareggiare le perdite del primo lockdown, c'è infatti da considerare la decisa crescita della quota di vendite rappresentata dagli acquisti online³⁶, in un contesto che rafforza ulteriormente il ruolo semi-monopolistico di Amazon (sbarcata proprio nei mesi della pandemia in un altro mercato europeo, quello svedese). Crescita avvenuta soprattutto a spese dei punti di vendita collocati nelle zone più affollate (centri commerciali, centri cittadini), tipicamente legati a librerie di catena e alla grande distribuzione, che hanno risentito ancor più delle librerie indipendenti dei periodi di lockdown. Sembra ragionevole ritenere che sul medio e lungo periodo una tendenza di questo tipo – che non è detto sia facilmente riassorbibile – accentui ulteriormente le difficoltà delle librerie, in particolare GDO e librerie di catena, e la differenza fra lettori forti e lettori occasionali, con un recupero legato in larga parte ai primi.

Ancora sul versante negativo, possiamo osservare come la tipologia di contenuti uscita sicuramente vincente dalla crisi Covid-19 non sia comunque rappresentata dai libri ma semmai per un verso dalle serie televisive e in generale dal consumo di contenuti audio-video³⁷, con una crescita significativa del fenomeno del *binge watching* (la visione consecutiva di più episodi della stessa serie), e per altro verso, in particolare per quanto riguarda le fasce più giovani della popolazione, dai videogiochi online³⁸. Anche in questo caso, sul fronte essenziale della concorrenza nell'uso del tempo

36 «Con il lockdown è cresciuta in maniera determinante la platea degli italiani che hanno iniziato ad acquistare online. In particolare, sono 3,4 milioni gli italiani, già lettori di libri e clienti delle librerie tradizionali, che per la prima volta hanno acquistato un libro online e 2,3 milioni un eBook. La platea di chi legge libri cartacei acquistati online sale così al 38% dei lettori»: Report AIE-Cepell cit., <https://network.aie.it/Portals/_default/Skede/Allegati/Skeda105-5079-2020.12.15/La%20lettura%20e%20i%20consumi%20culturali%20nell%20e2%80%99anno%20dell%20e2%80%99emergenza_Cepell_AIE_16122020.pdf>, slide 8. A livello internazionale, considerazioni analoghe nel citato report *Covid-19 and book publishing: impacts and insights for 2021*: «COVID-19 has driven a huge shift in the retail environment, from brick and mortar to online, and from the weaker to the stronger. At the end of the third quarter of 2020, the e-commerce share of retail sales had increased by over a third from the previous year. Several well-established chains have filed for bankruptcy, while Amazon, eBay, Walmart and Target reported record sales. Although books themselves have performed well, partly buoyed by the success of Amazon and of non-traditional book retailers, year-to-date bookstore sales were down by almost a third through September» (p. 3). Negli USA, la crescita complessiva (non limitata dunque al comparto libri; Amazon come è noto non fornisce dati disaggregati sulle proprie vendite) di Amazon nel 2020 è stata impressionante: +37% rispetto al 2019 (*ivi*, p. 36). Pur in assenza di dati disaggregati pienamente affidabili, l'impressione è che l'ordine di grandezza nella crescita delle vendite online, anche di libri, sia sostanzialmente analogo anche per altri mercati occidentali, incluso quello italiano.

37 Si vedano ad esempio i dati Adweek sintetizzati in <<https://www.eicoff.com/drtv-blog/infographic-cord-cutting-streaming-and-binge-watching-are-the-new-normal>>. Per il 2020, negli USA, «Antenna analytics estimates that video streaming service subscriptions will grow by 'a staggering 37 percent year-on-year'», *Covid-19 and book publishing cit.*, p. 28.

38 «Gaming is one of 2020's great success stories. The world economic forum estimates global gaming revenue will hit \$165B this year, with 2.7B gamers worldwide. Gaming is already the world's favorite form of entertainment, with annual revenues that surpass TV, movies, and music.1 COVID has only strengthened gaming's already dominant position, in large part due to the fact that gaming began

fra la lettura (e in particolare la lettura di libri) e la fruizione di altre tipologie di contenuti più direttamente legati al nuovo ecosistema digitale e di rete, gli effetti della pandemia non sembrano particolarmente favorevoli, e – accentuando una tendenza già presente negli anni passati – non sembrano facili da recuperare.

Alcune ragioni di ottimismo insomma ci sono, ma sono accompagnate anche da considerazioni che sembrano andare nel senso opposto.

Forse, le differenti interpretazioni sono in parte dovute a una certa soddisfazione sui risultati nel breve periodo in confronto con la preoccupazione riguardo alle tendenze su tempi medio-lunghi. Parimenti, si può pensare che nell'immediato i risultati siano abbastanza favorevoli agli editori che, grazie al maggior peso dell'e-commerce avevano già da tempo visto allungare il ciclo di vita dei propri libri e che nella seconda fase della pandemia pur con una variazione nel peso relativo dei canali di vendita, hanno comunque ottenuto risultati importanti, mentre i librai, sia indipendenti che di catena, hanno motivo per essere preoccupati.

Sicuramente, a incidere sulla situazione – e in questo caso a incidere positivamente – sono stati anche alcuni provvedimenti governativi, come l'erogazione di 30.000 euro alle biblioteche, da utilizzare in acquisti da effettuare presso le librerie del territorio, nelle cui casse sono entrati circa 15 milioni³⁹. A proposito di questa e di altre misure adottate in Italia, come il rifinanziamento della App destinata ai diciottenni, il presidente dell'AIE ha affermato che esse sono da considerare un esempio per l'Europa⁴⁰.

Non si sono ancora visti gli effetti delle norme sulla promozione della lettura contenute all'interno della recente legge sul mercato del libro e promozione della lettura, entrata in vigore proprio nei giorni in cui il nostro paese chiudeva tutto per occuparsi dell'emergenza sanitaria. La l. 15/2020⁴¹, prima firmataria l'on. Flavia Piccoli Nardelli, giunta in porto alla fine di un lungo e tormentato iter iniziato nel lontano 2013, prevede molti interventi, come i 'Patti locali per la lettura', azioni per il contrasto della povertà educativa e il rafforzamento delle biblioteche scolastiche, incentivi a favore delle librerie, e altro ancora. Queste azioni vengono finanziate con stanziamenti assolutamente insufficienti (meno di 30 milioni di euro in tre anni), ma ora il quadro è completamente diverso e questa legge può essere un ottimo 'contenitore' al quale agganciare misure più incisive e risorse adeguate. Ora la palla passa al Centro per il libro e la lettura, cui spetta il compito di avviare un 'Piano naziona-

shifting to online and mobile platforms in the early 2000s, meaning that gaming platform companies and gamers were already connected when the pandemic hit.² The ensuing lockdowns put gamers right where gaming platform companies wanted them: in front of their PCs, mobile devices, and televisions», *Covid-19 and book publishing* cit., p. 26.

39 D.min. 4 giugno 2020, n. 267, recante *Riparto di quota parte del Fondo emergenze imprese e istituzioni culturali di cui all' articolo 183, comma 2, del decreto-legge n. 34 del 2020, destinata al sostegno del libro e dell' intera filiera dell' editoria libraria.*

40 Anche senza rifarsi esplicitamente alle decisioni del nostro governo, sta di fatto che misure analoghe a quelle italiane sono state adottate in seguito da altri paesi europei: <https://www.repubblica.it/cultura/2020/12/19/news/l_italia_del_libro_e_un_modello_imitato_in_europa_-279005931/> e <<https://www.giornaledellalibreria.it/news-biblioteche-le-biblioteche-di-madrid-faranno-acquisti-nelle-piccole-librerie-4305.html>>.

41 L. 13 febbraio 2020, n. 15, *Disposizioni per la promozione e il sostegno della lettura*, <<https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2020/03/10/20G00023/sg>>.

le d'azione per la promozione della lettura', che ci auguriamo venga impostato sulla base di un'analisi rigorosa delle maggiori criticità che il settore manifesta e individuando precise priorità su cui intervenire in modo continuativo e sistematico.

Cosa c'è dietro l'angolo?

Quello cui stiamo assistendo, e che secondo gli ottimisti ha del miracoloso, è un fenomeno passeggero, destinato a esaurirsi a mano a mano che si tornerà alla 'normalità', o si può ipotizzare che la maggior attenzione verso libro e lettura che si è manifestata nei mesi scorsi possa essere almeno in parte mantenuta anche dopo la fine dell'emergenza?

Possiamo immaginare che i comportamenti individuali risentiranno per qualche tempo delle misure di distanziamento adottate durante l'emergenza: per esempio, si possono ipotizzare anche sul medio periodo difficoltà per la GDO, i centri commerciali e le grandi librerie di catena, ubicate nei centri storici e in luoghi di transito, dove per il momento transita poca gente e dove fino al superamento completo dell'emergenza Covid il pubblico forse non si recherà volentieri, se prevarrà un atteggiamento responsabile, che spinge a evitare gli assembramenti. Ma non sappiamo se e come cambierà la vita nei quartieri e se ci sarà un rilancio duraturo per il commercio di prossimità, legato al fatto che la gente si sente più tranquilla restando nei pressi della propria abitazione, il che potrebbe determinare almeno nell'immediato un futuro un po' più roseo per le piccole librerie indipendenti a conduzione familiare.

È anche probabile, come già osservato, che il rilevante aumento nel peso dell'e-commerce come canale di vendita possa manifestare i suoi effetti anche nel lungo periodo. La maggior efficienza distributiva di tale canale rispetto alla gestione delle copie (con un minor peso delle rese e una movimentazione anche dei titoli di coda lunga) potrebbe incidere positivamente sui bilanci degli editori, più che compensando i prezzi più bassi normalmente praticati nella distribuzione agli store online, mentre un mancato o solo parziale riassorbimento della maggior quota di mercato dell'e-commerce non potrà non danneggiare gli altri canali distributivi e in particolare le librerie, indipendentemente dalla loro tipologia.

È molto probabile che la produzione e il commercio librario debbano passare attraverso una fase di rinnovamento, che preveda un uso più spinto del digitale. Questo sviluppo riguarderà prevedibilmente non solo i prodotti editoriali ma anche il lavoro dell'editore: la pandemia ha sdoganato il cosiddetto smart working, e in campo editoriale sono diverse le attività lavorative che anche in una situazione 'normale' potrebbero essere svolte da remoto o comunque in forme più flessibili, con il vantaggio di una riduzione dei costi. Una tendenza che potrebbe partire dalle case editrici maggiori, con sedi più ampie e costose: per quanto riguarda il mercato editoriale USA, ad esempio, il citato report *Covid-19 and book publishing: impacts and insights for 2021* osserva che

the pandemic has had an enormous impact on how publishing companies are staffed and how staff execute their work. And, by all accounts, that impact may mark a permanent shift in publishing workflows. No one expects publishing offices to disappear, but even the largest publishers are finding that they can keep the boat afloat with hardly a soul in their enormous, and enormously costly, Manhattan headquarters⁴².

⁴² *Covid-19 and book publishing cit.*, p. 42-43.

Effetti di lungo periodo potrà avere anche la diffusione delle pratiche legate allo svolgimento online di incontri, presentazioni di libri, gruppi di lettura e simili: mentre è evidentemente prevedibile e auspicabile che, una volta superata l'emergenza, molte di queste attività possano tornare a svolgersi anche in presenza, è altrettanto probabile che sempre più spesso il canale aggiuntivo rappresentato dallo streaming online – che permette una partecipazione assai più ampia, senza i vincoli di prossimità territoriale – si affiancherà come opzione integrativa a quello fisico, con una integrazione che tenderà a diventare strutturale.

Non è questa la sede in cui discutere di come gli editori potrebbero immaginare nuovi prodotti editoriali, capaci di andare oltre gli attuali libri elettronici, che utilizzano in misura minimale le potenzialità offerte dalle tecnologie: si tratta di uno sviluppo atteso da tempo, finora mai davvero concretizzato, ma che continua ad essere all'orizzonte.

Restando sul terreno della circolazione e commercializzazione, è forse giunta l'ora di guardare anche a ciò che è avvenuto in settori affini. Forse il futuro è nello streaming, una modalità tecnica di fruizione che ha già rivoluzionato il mercato della musica e dell'homevideo e che è ormai ben presente anche nel mercato degli audiolibri⁴³, trasformando profondamente il rapporto fra 'possesso' e 'accesso' e tra 'offerta' e 'uso'. Più saranno ricchi e complessi gli oggetti digitali e più sarà inevitabile ricorrere a questa modalità di fruizione. L'evoluzione dei consumi culturali in rete sta dimostrando che siamo sempre meno interessati a disporre in modo permanente ed esclusivo di un prodotto culturale, ritenendoci appagati dal poter accedere facilmente a grandi quantità di prodotti: c'è una stretta relazione tra la loro smaterializzazione e la perdita di senso del concetto di 'possesso'. Siamo passati dall'acquisto dei supporti su cui erano registrati testi o suoni o immagini, all'era del download e ora a quella della fruizione in streaming, in cui gli utilizzi culturali si consumano in modalità flat, con l'accesso illimitato a una enorme quantità di oggetti smaterializzati.

43 Il mercato degli audiolibri, che ha solide tradizioni all'estero e in particolare nei mercati di lingua inglese e tedesca, nel nostro paese si è sviluppato in maniera apprezzabile solo negli ultimi anni (in particolare negli ultimi due: fra ottobre 2018 e ottobre 2020 la percentuale di utenti di audiolibri in Italia è passata dal 6% al 12%: dati AIE, cfr. <<https://www.giornaledellalibreria.it/news-editori-il-boom-dellaudio-nellanno-della-pandemia-4312.html>>). Rispetto alla pandemia gli audiolibri sembrano essersi comportati, in Italia come all'estero, in maniera abbastanza simile ai libri elettronici (cfr. ad esempio <<https://www.theguardian.com/books/2020/nov/14/pandemic-drives-ebook-and-audio-book-sales-by-uk-publishers-to-all-time-high-covid>>, <<https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/international/international-book-news/article/84080-european-e-book-audiobook-sales-see-pandemic-pop.html>>, <<https://www.forbes.com/sites/adamrowe1/2020/03/28/ebook-app-readership-is-up-30-amid-pandemic-lockdowns/>>), con una crescita che è ancor più marcata nel caso dei servizi di streaming (in Italia durante la pandemia le ore ascoltate sono raddoppiate, e addirittura triplicate nel mese di maggio 2020: dati osservatorio GeMS, riportati in <<https://www.giornaledellalibreria.it/news-editori-il-boom-dellaudio-nellanno-della-pandemia-4312.html>> cit.). Anche nel caso degli audiolibri, va segnalato che una parte della crescita può essere legata all'offerta di audiolibri gratuiti nel periodo dell'emergenza; lo ha fatto il principale operatore del settore, Audible (di proprietà di Amazon; cfr. <<https://www.radiotimes.com/audio/audiobooks/2020-03-20/audible-just-made-hundreds-of-titles-completely-free-to-help-during-coronavirus-crisis/>>), e in Italia un'iniziativa analoga è stata adottata sia da Emons (<<https://thrillernord.it/tre-audiolibri-gratis-per-tutta-la-famiglia/>>) sia, con un'offerta più articolata, da Il Narratore (<<https://www.ilnarratore.com/en/blog/2020-07-16/solidarieta-digitale-audiolibri-gratuiti/>>).

Questo sistema è molto competitivo rispetto alle tradizionali forme di acquisto e fruizione (non occupa spazio, costa poco, consente un accesso praticamente illimitato a oggetti che non si deteriorano con l'uso) ed è perfettamente coerente con gli stili di vita cui la rete ci sta abituando, perché ci libera da qualsiasi vincolo costituito dall'offerta e dai palinsesti: possiamo formare di volta in volta la nostra collezione di riferimento e decidere a nostro piacimento inizio, pause e fine della visione, dell'ascolto o della lettura. È la vittoria dell'on demand. Radio e televisioni sono entrate pienamente in questa nuova era e ne sono state completamente stravolte. Anche tutti i servizi commerciali vanno nella stessa direzione: cominciò Spotify con la musica e l'offerta si sta estendendo a ogni genere di partecipazione culturale in ambiente digitale. Recentemente, la rivoluzione è arrivata anche nel campo dei videogiochi.

Così come avviene per i consumi privati, veicolati attraverso i canali commerciali, lo stesso sta accadendo anche per quelli che passano attraverso i servizi pubblici: anche il concetto di collezione di una biblioteca sta perdendo di significato, con l'accesso a pacchetti di risorse elettroniche, alle piattaforme di digital lending o ai servizi di document delivery⁴⁴.

Staremo sempre meno tra i nostri scaffali a godere delle nostre cose, ma le sfioreremo, sazi per la sola idea di avere a portata di mano non più soltanto i 'nostri' libri, i 'nostri' DVD o i 'nostri' dischi, ma tutti i libri del mondo e tutta la musica del mondo. Forse andrà proprio così. Per questo ci si può aspettare - e qualcosa comincia a vedersi con i giornali, che finalmente cominciano a incrementare il numero degli abbonati alle versioni online⁴⁵, anche perché si riduce progressivamente la quota di contenuti liberamente accessibili - una maggiore diffusione di formule miste di servizi pay per view e tariffe flat, sul modello unlimited già sperimentato da Amazon con il servizio Kindle Unlimited⁴⁶, particolarmente allettante per i lettori forti. Non a caso, tanto i servizi di digital lending quanto - almeno sulla base dei pochi dati resi disponibili dalle piattaforme - quelli basati su abbonamenti a pacchetto, come appun-

44 Per una disamina delle varie problematiche legate a questo tema, rimandiamo al fascicolo monografico *Collezioni e biblioteche nel XXI secolo*, «Biblioteche oggi trends», 4 (2018), n. 2, <<http://www.bibliotecheoggi.it/trends/issue/view/65>>.

45 La crescita in questo caso comincia già con il primo lockdown (cfr. <<https://www.primaonline.it/2020/05/14/306736/top-100-informazione-online-audiweb-a-marzo-crescite-record-per-quasi-tutti-i-quotidiani/>>) e prosegue nel resto del 2020: il *Corriere della sera* dichiara così ad esempio per il 2020 un aumento del 76% agli abbonamenti alla versione digitale del quotidiano, e un aumento del 144% degli abbonamenti al sito (cfr. <https://www.corriere.it/cronache/20_dicembre_14/gli-abbonati-digitali-corriere-sono-300-mila-7bd27446-3e49-11eb-9065-1ec87c08befd.shtml>). A livello internazionale, dati analoghi sono riportati dal *Guardian*, che pure offre accesso gratuito a tutti i contenuti del sito ma che nel corso del 2020 ha superato il milione di abbonati e donatori, con una crescita del 60% degli abbonamenti digitali (cfr. <<https://www.brand-news.it/media/editoria/il-guardian-raggiunge-1-milione-tra-abbonati-e-donatori-gli-abbonamenti-digitali-crescono-del-60/>>), e dal *New York Times*, che per la prima volta vede il sorpasso fra ricavi legati all'online e ricavi legati alla vendita delle copie cartacee (<<https://www.nytimes.com/2020/11/05/business/media/new-york-times-q3-2020-earnings-nyt.html>>).

46 Il servizio offre per 9,99 euro al mese l'accesso illimitato a oltre un milione di e-book. Cfr. <<https://www.amazon.it/kindle-dbs/hz/subscribe/ku?shoppingPortalEnabled=true>>.

to Kindle Unlimited, hanno visto nel periodo dell'emergenza Covid-19 una crescita ancor più sensibile di quella, già discussa, relativa alla vendita di e-book⁴⁷.

Articolo proposto il 4 marzo 2021 e accettato il 10 aprile 2021.

ABSTRACT AIB studi, vol. 61 n. 1 (gennaio/aprile 2021), p. 11-30. DOI 10.2426/aibstudi-13157
ISSN: 2280-9112, E-ISSN: 2239-6152 - Copyright © 2021 Gino Roncaglia, Giovanni Solimine

GINO RONCAGLIA, Università degli studi di Roma Tre, Dipartimento di Filosofia, comunicazione e spettacolo, Roma, e-mail gino.roncaglia@uniroma3.it.

GIOVANNI SOLIMINE, Sapienza Università di Roma, Dipartimento di Lettere e culture moderne, Roma, e-mail giovanni.solimine@uniroma1.it.

La circolazione dei libri nel 2020: questioni aperte e ipotesi interpretative

Il contributo esamina l'andamento del mercato librario e i comportamenti di lettura in Italia nel corso del 2020, anche con qualche confronto con la situazione internazionale e con altri consumi culturali, proponendo alcune ipotesi interpretative e analizzando le principali linee di tendenza. Ancora una volta i dati reali hanno smentito alcune previsioni, come spesso è avvenuto anche in passato.

⁴⁷ Amazon non diffonde dati specifici sull'andamento del servizio Kindle Unlimited – che all'inizio dell'emergenza ha portato a due mesi il periodo di prova gratuita – ma «there are two data that point to an increase in KU [Kindle Unlimited] membership and readership. The KDP Global Fund size has increased by 16.0% from January 2020 to September 2020. When looking at the same time period in 2019, the KDP Global Fund only increased 4.9%. That means that the Global Fund grew three times faster in 2020 vs the prior year. If we assume that the size of the fund is a reflection of KU membership, it appears that KU membership grew more rapidly in 2020. The second data point we found interesting is that the overall conversion rate on books featured in the Bargain Booksy email [una mailing list che segnala offerte speciali sugli e-book] dropped starting in May (when the 2-month trial was announced and marketed). The conversion rate drops remained slightly lower every month through August 2020 (when the 2-month trials ends for everyone). In September we see the conversion rate climbing again. This could indicate that readers on our list who previously would have purchased an e-book, were instead borrowing e-books through their KU free trial». Ricci Wolman, *Hindsight in 2020: the e-book market during Covid-19*, «Written world media», 21 ottobre 2020, <<https://www.writtenwordmedia.com/e-book-market-covid/>>. Anche alcuni editori attivi sulla piattaforma, in Italia e all'estero, hanno segnalato una crescita significativa del tempo di lettura. Dati analoghi arrivano da servizi di digital lending come – per il mercato in lingua inglese – Overdrive (cfr. <<https://company.overdrive.com/2020/05/14/check-out-mays-trending-titles-on-libby/>>) e – per il mercato in lingua italiana – MLOL (cfr. <<https://giulio-biasi.medium.com/report-mlol-2020-db1b8e545f5c>> e <<https://www.giornaledellalibreria.it/news-biblioteche-nel-2020-il-prestito-digitale-in-biblioteca-e-cresciuto-del-100-le-potenzialita-per-gli-editori-4319.html>>; per alcuni esempi in ambito locale si vedano ad esempio <<https://mantovauno.it/cultura-e-spettacolo/covid-a-mantova-e-boom-per-le-biblioteche-online-200-in-piu-di-accessi-e-aumento-del-400-di-nuovi-utenti/>> e <<https://www.regione.emilia-romagna.it/notizie/2020/novembre/biblioteche-digitali-prosegue-il-boom-dei-servizi-online-della-rete-regionale-che-sono-quasi-raddoppiati-rispetto-al-2019>>). La crescita più significativa è legata, prevedibilmente, all'uso di questi servizi in ambito scolastico: oltre al citato report MLOL si vedano ad esempio <<https://company.overdrive.com/2020/12/01/schools-usage-of-e-books-and-audiobooks-surges-in-2020/>> e *Covid-19 and book publishing* cit., p. 33, che offre anche informazioni interessanti sull'ingresso di Amazon nel mercato del digital lending bibliotecario.

L'impatto della pandemia Covid-19 si è manifestato in modo diverso col passare dei mesi. Nelle prime settimane di lockdown, nonostante il maggior tempo libero, la propensione alla lettura non sembra cresciuta in modo significativo, mentre i dati di vendita, per effetto della chiusura delle librerie, facevano temere un crollo dei consumi.

Le cose sono andate diversamente durante la seconda ondata, che ha fatto registrare una forte ripresa, al punto che l'anno si è chiuso addirittura con un incremento del valore delle vendite rispetto al 2019. Preoccupano le radicali trasformazioni che si stanno manifestando nel peso relativo dei diversi canali di vendita, con un significativo spostamento del volume d'affari dalle librerie 'fisiche' verso il commercio elettronico, di cui Amazon detiene una quota superiore all'80%.

Tra le politiche di sostegno della domanda e di promozione della lettura attuate negli ultimi anni, si evidenzia l'efficacia del 'bonus diciottenni', che ha consentito nel periodo 2016-2019 il recupero di gran parte dei giovani che si erano allontanati dalla lettura negli anni precedenti.

The circulation of books in 2020: open questions and interpretative hypotheses

The paper examines the available data on the book market and on reading behaviors in Italy during 2020, also taking into account the international landscape and relevant figures on other cultural consumptions, with the aim of proposing some interpretative hypotheses and analyzing the main trends. As often happened in the past, once again the real data have disproved some forecasts. The impact of the Covid-19 pandemic has been different in different stages of the emergency. In the first weeks of lockdown, despite the increase of free time at home, the propensity to read does not seem to have grown significantly, while the sales figures, due to the bookstores' closures, led to fears of a collapse in consumption.

Things went differently during the second wave, with a strong recovery of the book market: the year even closed with an increase in sales value compared to 2019. However, the radical transformations that are taking place in the relative weight of different sales channels are worrying, with a significant shift from 'physical' bookstores towards e-commerce, where Amazon holds a share of over 80%.

Among the policies implemented in recent years to support demand and to promote reading, the '18-year-old bonus' proved to be highly effective: between 2016 and 2019 it allowed a large share of the young people who had moved away from reading in the previous years, to return among the ranks of readers.