

# COM'È ANDATO IL PRIMO SEMESTRE DEL 2021 PER L'EDITORIA ITALIANA E STRANIERA

di Bruno Giancarli

2 settembre 2021

**Il mercato del libro nella prima parte del 2021 gode di ottima salute.** A Rilevarlo è uno studio di GfK (<https://www.gfk-entertainment.com/news/internationale-buchmaerkte-trotzen-corona-mit-deutlichen-zuwaechsen-im-ersten-halbjahr-2021.html>) condotto su 9 Paesi: **8 europei (Belgio, Francia, Germania, Italia, Paesi Bassi, Portogallo, Spagna, Svizzera) più il Brasile.** I dati si riferiscono al solo mercato fisico, escludendo cioè abbonamenti e download.

Andamento del mercato editoriale a valore, a copie e crescita del prezzo medio nel primo semestre del 2021 rispetto allo stesso periodo del 2020 in Belgio, Brasile, Francia, Germania, Italia, Paesi Bassi, Portogallo, Spagna e Svizzera. Valori in percentuale			
Nazione	Andamento a valore	Andamento a copie	Prezzo medio
Belgio (Fiandre)	+16,8%	+13,0%	+3,4%
Belgio (Vallonia)	+33,8%	+30,5%	+2,5%
Brasile	+33,4%	+43,3%	-7,0%
Francia	+43,3%	+37,3%	+4,4%
Germania	+4,1%	-1,5%	+5,7%
Italia	+36,8%	+36,3%	+0,4%
Paesi Bassi	+4,3%	+0,3%	+4,6%
Portogallo	+18,9%	+14,1%	+4,2%
Spagna	+38,3%	+33,2%	+3,9%
Svizzera	+11,1%	+6,6%	+4,3%

Fonte: GfK

Spiccano le **performance particolarmente positive di Francia, Spagna, Italia, Belgio e Brasile**, Paesi che hanno visto aumentare di oltre un terzo il valore del loro mercato. Se delle ragioni del caso italiano (<https://www.giornaledellalibreria.it/news-notizie-dallaie-cresce-il-mercato-del-libro-nei-primi-sei-mesi-dell'anno-44-a-copie-e-42-a-valore-la-crescita-e-confermata-anche-rispetto-al-2019-4534.html>) abbiamo parlato diffusamente, un discorso a parte merita la Francia: dopo il primo trimestre (<https://www.giornaledellalibreria.it/news-mercato-come-andato-il-primi-trimestre-del-2021-per-leditoria-in-europa-4469.html>) la crescita rispetto allo stesso periodo era pari appena al +2,2%. Da un lato va ricordato come già marzo fosse stato un mese eccezionale (+70,5% a valore), dall'altro non si può non sottolineare il grande **sostegno alla domanda** rappresentato dal Pass Culture (<https://www.giornaledellalibreria.it/news-normativa-la-18app-italiana-arriva-anche-in-francia-si-chiama-pass-culture-4474.html>), il **bonus concepito prendendo come modello la 18app italiana**. Non è infatti un caso che i fumetti, soprattutto manga, abbiano registrato le crescite più significative proprio in Francia e Italia, oltre che in Spagna.

Al lato opposto si colloca la **Germania**, la cui timida crescita (+4,1%) cela in realtà un calo delle copie vendute e, come avevamo visto commentando i dati diffusi dall'associazione degli editori e librai tedeschi (<https://www.giornaledellalibreria.it/news-mercato-nel-primi-semester-del-2021-leditoria-tedesca-non-e-ancora-tornata-ai-valori-del-2019-4538.html>), non è tale da permettere un ritorno ai valori del 2019. Rispetto a due anni fa, infatti, l'editoria tedesca segna un -4,9%. Il valore molto simile raggiunto dell'editoria dei **Paesi Bassi** (+4,3%) si spiega invece con le chiusure che hanno caratterizzato in parte il 2021 ma non il 2020.

Una delle tendenze più significative che emerge dal confronto dei dati è che la crescita a valore del mercato dipende da un **aumento sensibile del prezzo medio del venduto in Europa**, con l'eccezione dell'Italia. Venendo invece ai generi, si segnala in tutti i Paesi un **tasso di crescita più pronunciato della saggistica rispetto alla narrativa**. Merito di libri di self help e cucina, ma anche di categorie quali le guide finanziarie, i saggi sul femminismo e, soprattutto, **opere di ambito politico**: è ancora viva l'onda lunga del memoir di Obama, tra i titoli più di successo nel 2020 a livello planetario (<https://www.giornaledellalibreria.it/news-mercato-i-best-seller-del-2020-nel-mondo-4353.html>), mentre in Italia è sufficiente pensare a testi quali l'autobiografia di Meloni e il libro-intervista di Sallusti a Palamara.

Passando invece al digitale – i cui numeri, come detto, non sono inclusi in quelli citati finora – l'analisi riporta alcuni indizi di un **raffreddamento dell'interesse per gli e-book**. Tale spia va presa comunque con le dovute cautele: la Spagna per esempio vede sì un calo per questo formato, ma occorre ricordare che nel 2020 gli e-book di lingua spagnola hanno segnato un +48% a copie e un +37% a valore (<https://www.giornaledellalibreria.it/news-mercato-spagna-48-per-gli-e-book-nel-2020-e-oltre-40-milioni-di-fatturato-per-le-vendite-fuori-dai-confini-nazionali-4436.html>).

L'ultimo spunto dell'analisi è quello più difficilmente quantificabile ma al contempo più proficuo ed è il **rapporto con gli altri media**. In un anno segnato dall'assenza di fenomeni cinematografici capaci di tradursi in bestseller, si segnala l'effetto trasversale nei diversi Paesi che serie TV di successo come *Bridgerton* o *Lupin* hanno avuto per i titoli da cui sono tratte. Si tratta di **opportunità che l'editoria deve saper cogliere**, pensando tanto a opere da poter trasportare sul grande (o più spesso piccolo e piccolissimo) schermo quanto al processo inverso. È in quest'ottica che l'AIE propone un ciclo di quattro appuntamenti (<https://www.giornaledellalibreria.it/news-editori-dal-libro-a-netflix-e-viceversa-arriva-in-autunno-il-percorso-formativo-di-aie-dedicato-alle-storie-transmediali-4542.html>) dedicati al tema **Libri, film, serie TV: investire nelle storie transmediali**, concepito proprio per offrire tutti gli strumenti per gestire efficacemente un'attività di trasformazione sempre più significativa per il settore.