

## TAVOLA ROTONDA ALLA FIERA DEL LIBRO

**L**e donne leggono più degli uomini, i giovani più degli anziani, i cittadini del Centro-Nord più di quelli del Mezzogiorno. I dati Istat tracciano l'identikit del lettore italiano: quali sono gli scenari possibili nel breve-medio periodo? Ne hanno discusso l'11 maggio scorso, nell'ambito della Fiera Internazionale del Libro di Torino, ricercatori e professionisti del mondo dell'editoria, chiamati a confrontarsi sul tema: "Essere lettori nel XXI secolo".

## "IL LETTORE E I CANALI DI VENDITA: DOVE SI COMPRANO I LIBRI?"

Era questo il titolo del grande convegno organizzato dall'Associazione Italiana Editori e dall'Istat, in collaborazione con la Fiera torinese,

per presentare i dati sulla lettura di libri emersi da "I cittadini e il tempo libero". Si tratta dell'indagine quinquennale dell'Istituto nazionale di

statistica, realizzata a maggio 2006 su un campione composto da 24.000 famiglie per un totale di circa 54.000 individui.

### L'evoluzione del mercato

Il convegno era diviso in tre distinte sessioni. La prima, intitolata: "Il lettore del nuovo millennio", ha analizzato come è cambiato il tra il 1995 e il 2006 il mercato della lettura; la seconda, intitolata: "L'altra faccia della digital generation:

### L'Istat segnala un calo di librerie e centri commerciali e una forte crescita dei libri allegati ai giornali

La tavola rotonda che ha chiuso il convegno "Essere lettori nel XXI secolo" ha preso le mosse dai dati dell'indagine Istat dedicata ai canali di vendita. "Negli ultimi dieci anni - ha affermato Miria Savioli, ricercatrice dell'Istituto di statistica - sono aumentati i lettori che hanno acquistato l'ultimo libro letto, merito soprattutto dei libri ricevuti in regalo e dei libri acquistati con un quotidiano o un periodico; stabili o in calo gli altri canali di vendita. I lettori che acquistano libri allegati a giornali sono più forti rispetto alla media (il 43,6% ha letto 7 libri e più, rispetto al 34,7% della media), dispongono di una biblioteca domestica di grandi dimensioni (il 31,9% ha oltre 200 libri rispetto al 25,8% della media e più assidui)". Molti altri sono i dati interessanti. Cala l'acquisto dell'ultimo li-

bro letto in libreria (dal 18,5% del 2000 al 17,4% del 2006, ma nel 1995 era il 25,3%) e una leggera flessione la fanno registrare anche i centri commerciali e gli shopping center (dal 13 all'11,8%). Va rilevato che nella gdo guida la classifica la Toscana (14,7%), mentre fanalino di coda è la Calabria (6,9%). "Aumentano - ha rilevato Savioli - i lettori che hanno fatto ricorso a Internet: da 0,1 a 0,5%, ovvero 132.000 persone nel 2006. Si tratta di lettori 'forti', con oltre 200 volumi nella propria biblioteca domestica". Quanto alle differenze tra uomini e donne nella scelta del canale di vendita, è emerso che i primi puntano sulla libreria, l'edicola e i giornali che allegano un libro, mentre le seconde prediligono il prestito e l'acquisto nei centri commerciali.



#### LE MODALITÀ DI ACQUISIZIONE DELL'ULTIMO LIBRO LETTO\* (in %)

L'avevo in casa	18,4	In prestito da una biblioteca	5,4
Acquistato in libreria	17,4	Acquistato in edicola	2,2
Ricevuto in regalo	16,3	Acquistato per corrispondenza	1,3
In prestito da un amico, parente	12,7	Acquistato su una bancarella	1,1
Acquistato nei centri commerciali	11,8	Acquistato in un supermercato	1,0
Acquistato con un periodico, quotidiano	6,9	Altro	2,3

\*Per 100 persone di 6 anni e più che leggono libri nel tempo libero - Anno 2006  
Fonte: Istat

In alto, la ricercatrice Istat Miria Savioli durante il suo intervento; al centro il tavolo dei relatori; qui sopra il folto e attento pubblico che ha seguito i lavori del convegno torinese.



### Associazione Italiana Editori

Corso di Porta Romana, 108 – 20122 Milano  
Tel. 0289280800 – Fax 0289280860  
www.aie.it – aie@aie.it

**L**a giornata dall'Associazione Italiana Editori e dall'Istat, in collaborazione con la Fiera Internazionale del Libro di Torino ha portato alla luce una quantità di dati che fotografano il rapporto degli italiani con la lettura. Nel 2006 ha letto almeno un libro negli ultimi 12 mesi il 60,5% della popolazione italiana di 6 anni e più: almeno 33.351.000 persone, un numero in costante crescita dal 1995. L'84,1% delle famiglie dichiara di possedere libri in casa: il 62,6% ne possiede al massimo 100, meno di un quarto dichiara di possederne più di 100, mentre chi afferma di non ne possederne affatto si attesta sul 12,3%.

la lettura nelle fasce giovanili della popolazione", si è focalizzata sull'approccio dei giovani al mondo dei libri.

A chiudere i lavori è stata la terza sessione, dedicata a un tema di grande importanza strategica, ovvero: "Il lettore e i canali di vendita".

Miria Savioli, ricercatrice Istat, ha presentato la parte della ricerca intitolata: "Dove si comprano i libri? Le scelte dei lettori tra edicola, libreria, gdo e Internet". All'illustrazione dei dati ha fatto seguito una tavola ro-

tonda, moderata da Armando Garosci, giornalista di *Largo Consumo*. Vi hanno partecipato Alberto Galla, vicepresidente di Galla 1880, ca-

tena di librerie di Vicenza; Dario Giambelli, amministratore delegato di *la Feltrinelli*; Romano Montroni, consulente Coop per il canale librer-

rie e Mauro Zerbini, amministratore delegato e direttore generale di *Ibs.it*.

Dal dibattito sono emersi spunti interessanti sia sul profilo dei lettori di oggi, sia sulla notevole diversificazione dei canali di vendita, che vanno ormai ben oltre la tradizionale libreria, abbracciando le grandi superfici del trade moderno, le edicole e il web, quest'ultimo in crescita, ma utilizzato meno di quanto farebbe immaginare la sua notevolissima diffusione.

## I molteplici comportamenti d'acquisto

"Registriamo segnali positivi sul consumo di libri – ha commentato Dario Giambelli, amministratore delegato di *la Feltrinelli* – ma molto discontinui e vari. Abbiamo poche informazioni sugli orientamenti dei lettori: questo è un problema per noi. Quanto ai canali, la libreria secondo i nostri dati è stabile, non cresce ma neppure cala. Esiste piuttosto una molteplicità di comportamenti di acquisto: questo significa che l'acquirente di libri è



**Dario Giambelli, la Feltrinelli**

cambiato e ha comportamenti diversi in situazioni e momenti diversi. È anche vero che la produzione letteraria si è a sua volta diversificata, mentre i canali sono cambiati più lentamente".

## Conta molto il sistema di offerta

"Mi fido poco delle statistiche – ha esordito Romano Montroni, consulente di *librerie.coop* – e più delle performance dei punti di vendita. Credo che conti molto il sistema di offerta per generare una tipologia di cliente. Ci sono tanti modi di essere librai: c'è chi punta solo a vendere e chi in più offre un servizio qualificato, proponendo iniziative culturali e avvicinando i lettori alla libreria, proprio come i librai che abbiamo formato. Infatti, i modi, le strategie, l'atmosfera di una libreria

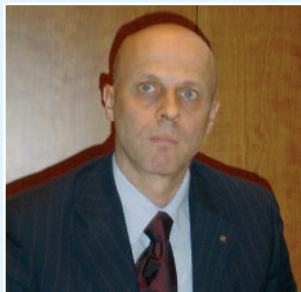


**Romano Montroni, librerie.coop**

contano moltissimo. Al momento contiamo 7 librerie Coop (15 entro il 2008), 70.00 volumi di 950 editori e puntiamo non solo sui centri commerciali, ma anche sui centri storici".

## Le librerie sono in crisi di identità

"La libreria tradizionale – ha detto Alberto Galla, vicepresidente Galla 1880 – è stata protagonista della crescita dei lettori negli anni Settanta. Poi quel canale ha subito l'evoluzione del mercato e oggi secondo noi attraversa una profonda crisi di identità. Il settore appare bloccato, anche perché le regole non sono uguali per tutti. È impossibile, infatti, competere con produttori che fanno il prezzo, distribuiscono il libro e poi lo vendono at-



**Alberto Galla, Galla 1880**

traverso le loro reti di punti di vendita. Guardiamo con interesse a Internet, canale nuovo e trasversale a tutti i canali tradizionali".

## Internet: un nuovo rapporto con il libro

"Internet – ha affermato Mauro Zerbini, amministratore delegato e direttore generale *Ibs.it* – ha cambiato il rapporto del pubblico con il prodotto libro. Oggi sono disponibili grandi cataloghi online come *Ibs*. I numeri di chi frequenta queste 'librerie on-line' sono molto importanti: arriviamo a 2,5 milioni di visitatori al mese e ad acquistare è una percentuale che oscilla tra il 2 e il 4%. Dal canto suo, *Ibs* nel 2006 ha evaso oltre



**Mauro Zerbini, Ibs.it**

500.000 pacchi, una performance molto positiva. Va segnalato il calo della quota di libri professionali, con particolare riferimento all'informatica".