



A s s o c i a z i o n e I t a l i a n a E d i t o r i

## La lettura in Europa

Tratto dal Rapporto sullo stato dell'editoria 2007 a cura dell'Ufficio studi dell'Associazione Italiana Editori

### 30. Lettori di libri in Italia e in alcuni altri Paesi europei.

Valori in percentuale e in valori assoluti

	Italia	Spagna	Francia	Germania	Uk
<b>Lettori<sup>1</sup></b>	53,3%	68,1%	62,0%	72,6%	75,0%
<b>Lettori abituali<sup>2</sup></b>	39,8%	47,7%	48,3%	60,2%	63,7%
<b>Lettori (in proiezione)<sup>1</sup></b>	27.203.000	25.478.000	32.107.000	51.410.000	37.232.000
<b>Lettori abituali (in proiezione)<sup>2</sup></b>	20.318.000	17.846.000	25.012.000	42.559.000	31.623.000
<b>Acquirenti<sup>1</sup></b>	48,5%	53,1%	46,6%	61,5%	68,4%
<b>Acquirenti abituali<sup>2</sup></b>	33,5%	38,1%	35,7%	50,1%	53,3%
<b>Acquirenti (in proiezione)<sup>1</sup></b>	13.193.000	13.529.000	14.962.000	31.617.000	25.467.000
<b>Acquirenti abituali (in proiezione)<sup>2</sup></b>	9.113.000	9.707.000	11.462.000	25.756.000	19.845.000

Popolazione con più di 14 anni; indagine con sistema Cati (telefonica); dati sulla popolazione, Eurostat per Spagna, Francia, Germania, UK (<http://epp.eurostat.ec.europa.eu>), Istat per Italia (<http://demo.istat.it/>).

<sup>1</sup> Lettori/acquirenti = Hanno letto / acquistato almeno un libro nei 12 mesi precedenti.

<sup>2</sup> Lettori abituali / acquirenti abituali = Hanno letto / acquistato almeno tre libri nell'ultimo anno.

Fonte: Censis, Sesto rapporto sulla comunicazione, 2006.

Come si vede dalla Tabella – in una delle poche (e recenti) indagini condotte con una metodologia di campionamento e di rilevazione comune – il nostro Paese è staccato tra 9 (Francia) e 22 punti (Uk) nella «lettura» di libri in generale (popolazione > 14 anni di età). Tra i lettori abituali (ma per «abituale» qui si intende chi ha letto «almeno tre libri» all'anno!) la distanza è compresa tra gli 8 punti della Spagna e i 24 del Regno Unito.

Valori che chiariscono ancora una volta – come le dimensioni assolute in cui si sono tradotti i valori percentuali mettono in evidenza – il quadro competitivo con il quale le imprese italiane, dalle case editrici alle librerie, si trovano ad operare.

Il mercato potenziale è da noi in buona sostanza simile a quello della Spagna, ma senza avere un mercato linguistico extradomestico di cui le imprese spagnole possono avvantaggiarsi. È risulta del 15% inferiore a quello francese; di oltre un quarto di quello inglese (27%), che può contare sia nel mass market che in quello universitario-professionale di mercati globali; ed è di quasi la metà (47%) di quello di lingua tedesca.

Un perimetro ristretto del mercato della lettura significa, come si vede, un mercato ancor più ristretto in termini di acquirenti. Significano minori risorse economiche e finanziarie a disposizione dei diversi attori della filiera per innovazione e investimenti. In tecnologie ma anche in nuove politiche autoriali, in rinnovamento della distribuzione e dei punti vendita al dettaglio, in processi di internazionalizzazione, nella partecipazione a fiere o missioni all'estero per vendere o comprare diritti.

Il nostro mercato coincide con il mercato domestico e la nostra internazionalizzazione passa inevitabilmente per una maggiore capacità (ed efficienza) nella vendita di diritti o nella possibilità di realizzare coedizioni con partner stranieri. Magari nei settori in cui potremmo vantare qualche genere di specializzazione produttiva: editoria d'arte, manualistica, editoria educativa o per l'infanzia.