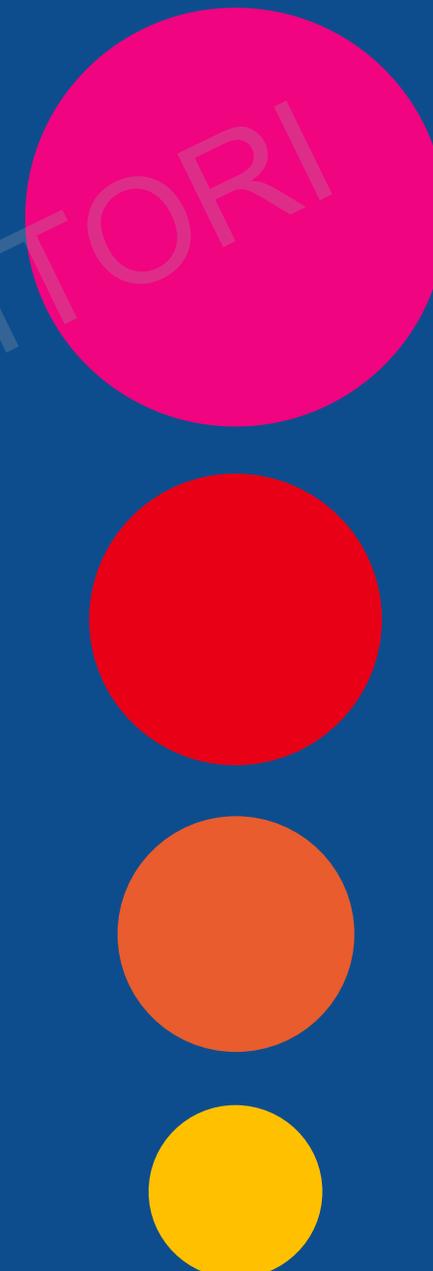




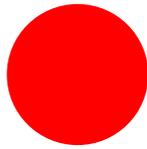
La chimica del romance: alcuni dati

Ufficio studi AIE su dati NielsenIQ-GfK e Pepe Research

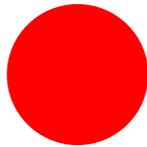
Salone Internazionale del Libro di Torino
Venerdì 16 maggio 2025



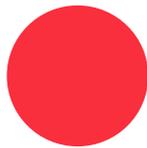
Cosa presentiamo



L'andamento a valore, al 2024, dei titoli di genere romance nei canali trade (librerie di catena e store online, librerie indipendenti, grande distribuzione) in Italia. I valori di spesa inglobano sconti e promozioni effettuati da editori e canali di vendita.



Le vendite nei canali trade non considerano le vendite effettuate al di fuori dei canali rappresentati dal panel NielsenIQ-GfK (ossia quelle in librerie specializzate, indipendenti con un venduto inferiore a 1.000 copie, in occasione di fiere, vendite dirette, vendite temporanee, in stazioni di servizio, duty free, grandi magazzini, giocherie, baby shop, negozi fai da te, grossisti, cartolerie, edicole, punti Poste Italiane, supermercati con superficie inferiore a 800 mq).



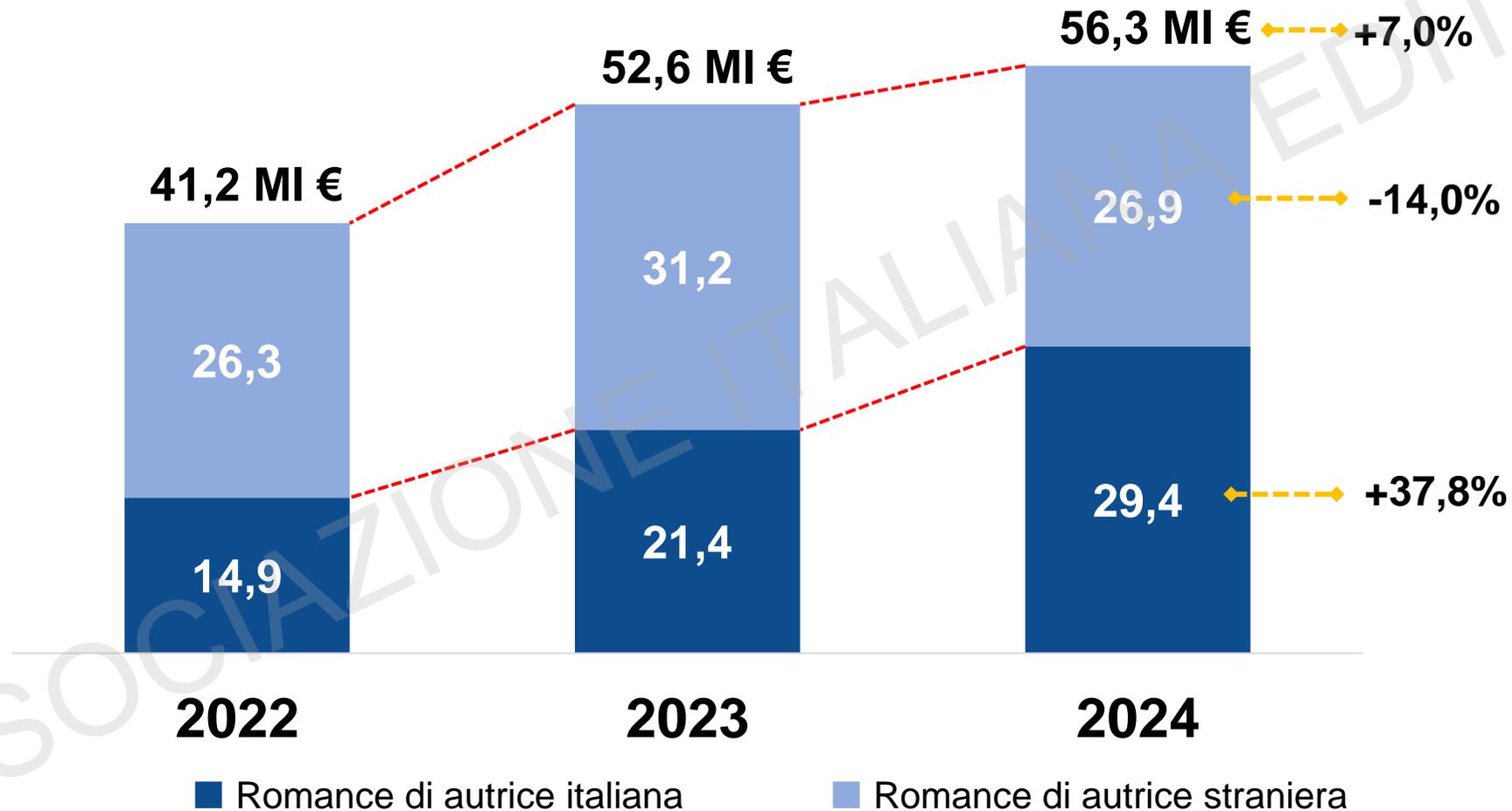
Alcune evidenze sull'utilizzo dei social media come driver della lettura emerse nella prima wave della nona edizione dell'Osservatorio AIE sulla lettura.



I dati presentati si riferiscono all'Osservatorio AIE sui comportamenti di lettura e d'acquisto condotto da Pepe Research, su un campione di 2.002 individui rappresentativi della popolazione italiana tra 15 e 74 anni. Basandosi su autodichiarazioni degli intervistati, i dati non possono venir trasferiti automaticamente sui valori espressi dal mercato. La rilevazione viene condotta in due momenti dell'anno: la prima tra febbraio e marzo; la seconda tra settembre e ottobre. La scelta origina dal voler ridurre i comportamenti stagionali.

Nel 2024 il romance si conferma in crescita, specialmente quello di autrici italiane

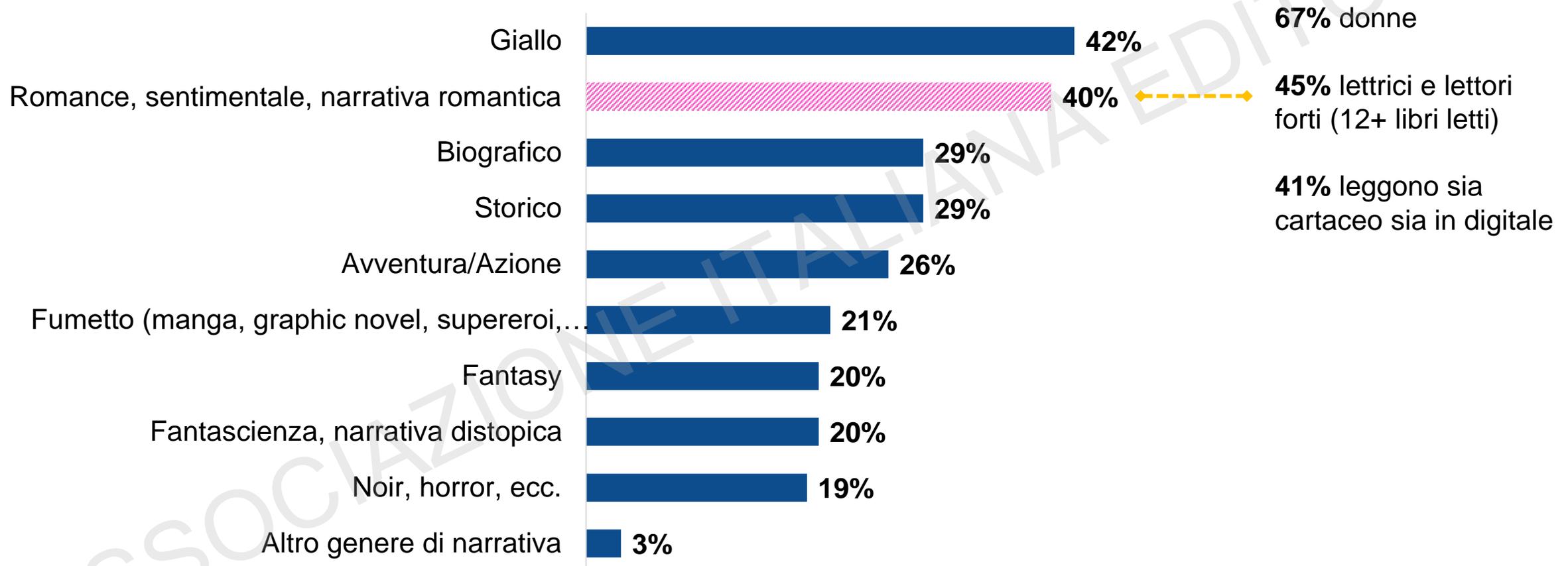
Valori in MI di euro e in %. Incrementi rispetto all'anno precedente



Rientrano nel romance le seguenti «etichette» di NielsenIQ-GfK: Narrativa rosa; Narrativa erotica

Il romance è il secondo genere più letto tra chi legge narrativa

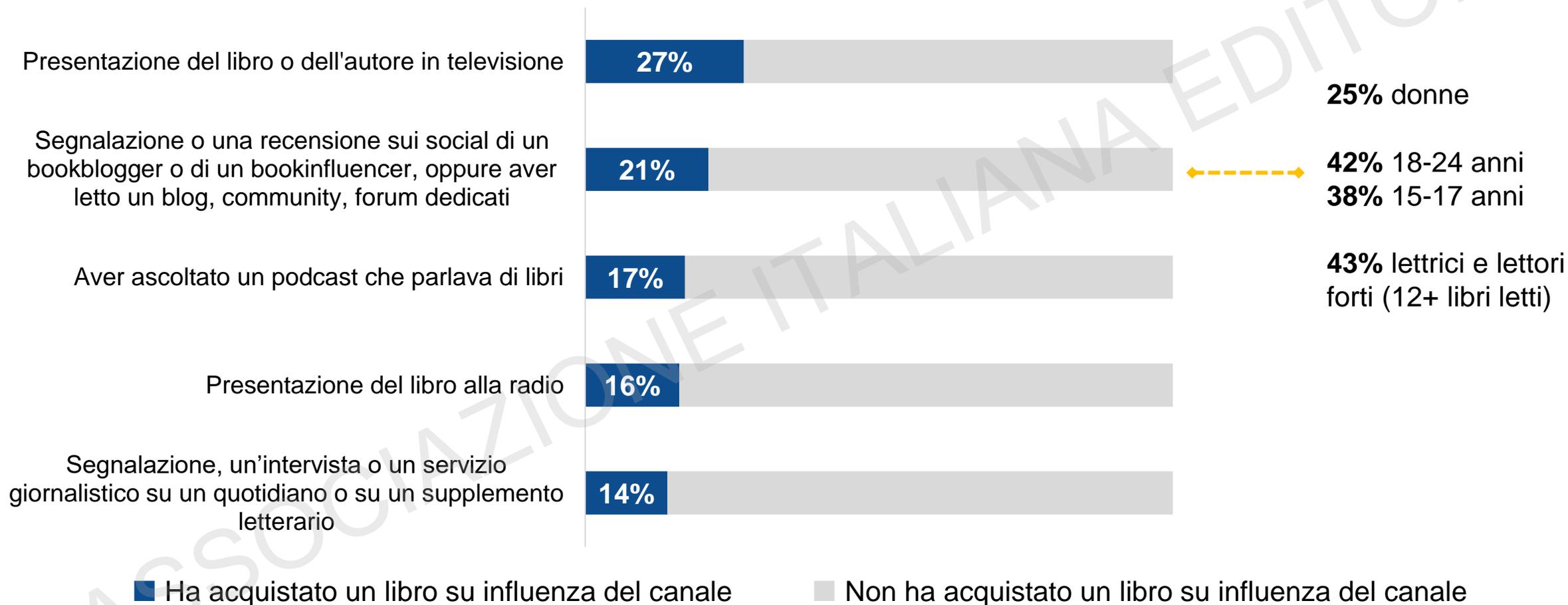
Valori in % tra chi ha letto almeno un libro di narrativa negli U12M – Popolazione 15-74 anni – Risposta multipla



DOMANDA: «Tra i libri che ha detto di leggere in questi ultimi 12 mesi, su carta o ebook o audiolibro, ve n'erano alcuni che appartenevano ai generi di NARRATIVA seguenti? Se ha letto più generi di narrativa inizi ad indicare quello che ha letto di più, poi il secondo, ecc.».

I social e Internet sono il secondo canale per influenza sui libri acquistati

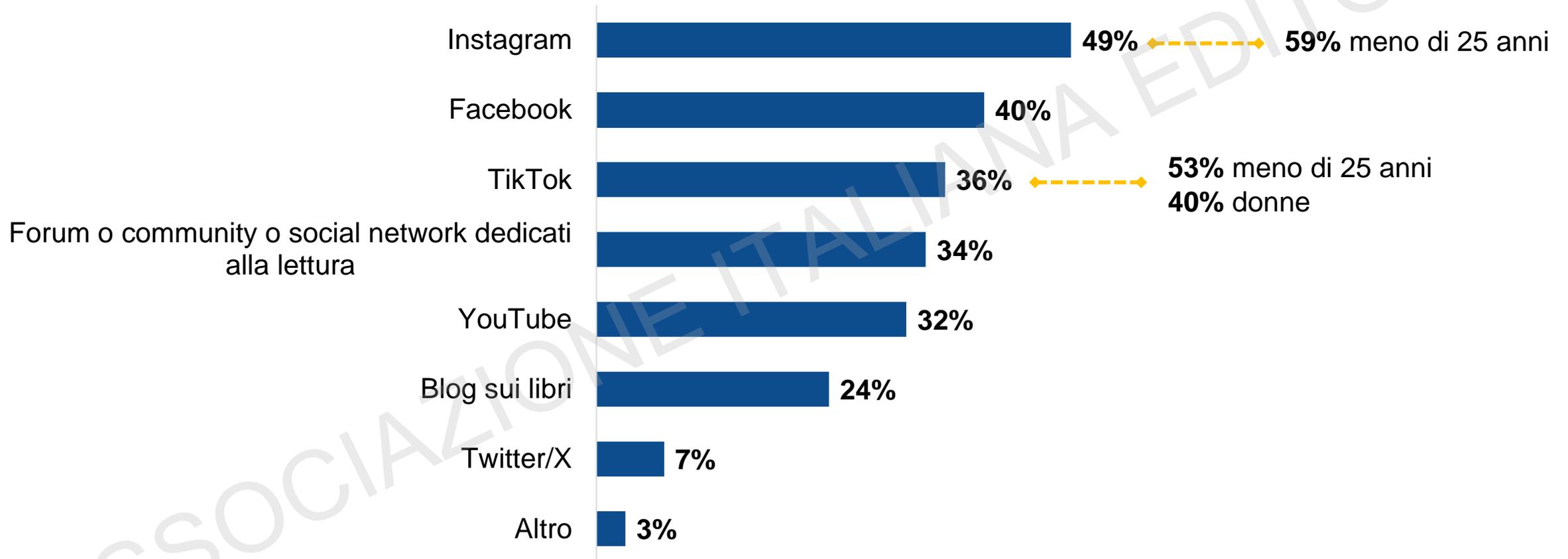
Valori in % tra chi ha letto o acquistato un libro negli U12M – Popolazione 15-74 anni – Risposta multipla



DOMANDA: «A qualcuno a volte capita di acquistare o leggere un libro per il fatto di averne sentito parlare o di aver visto l'autore alla televisione, ad esempio durante una trasmissione televisiva, oppure alla radio o leggendo il giornale. Le è capitato di leggere o comprare un libro negli ultimi 12 mesi per...».

È Instagram il social media più utilizzato per ispirazione sugli acquisti

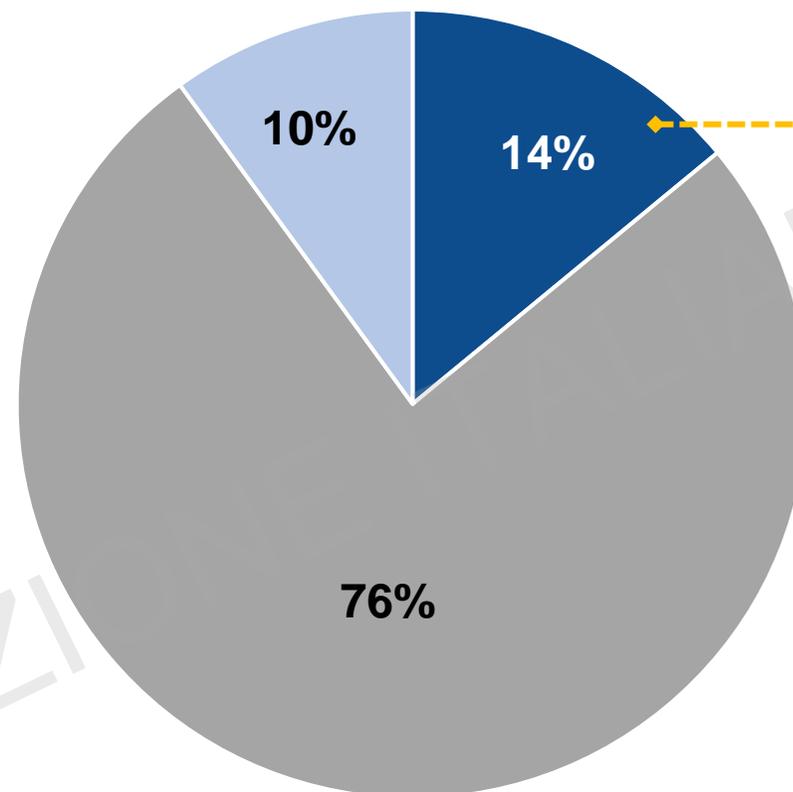
Valori in % su chi dichiara di aver letto o acquistato un libro in qualsiasi formato per aver letto un suggerimento sui social
Popolazione 15-74 anni – Risposta multipla



DOMANDA: «Lei ha detto che le capita di leggere o comprare dei libri grazie a suggerimenti presi dai social. E da quale o quali social prende maggiori spunti sui libri da leggere o da comprare? Se ce ne sono diversi può indicarne più di uno partendo da quello per lei più importante, poi il secondo...»

Il 14% degli acquirenti ha comprato libri di autrici e autori provenienti dal web e dalle piattaforme di autopubblicazione

Valori in % tra chi ha acquistato un libro negli U12M – Popolazione 15-74 anni



19% donne

34% 15-17 anni

34% 18-24 anni

42% lettrici e lettori forti
(12+ libri letti)

31% leggono sia cartaceo
sia in digitale

■ Sì, l'ho comprato nell'edizione a stampa o in formato e-book

■ No

■ Non saprei

DOMANDA: «E negli ultimi 12 mesi ha comprato dei libri cartacei o ebook di storie, autori/autrici che hanno iniziato a scrivere il loro primo romanzo o le loro prime pubblicazioni sui social o su piattaforme social di autopubblicazione (come ad es. su Wattpad)?»

Grazie per l'attenzione

ufficiostudi@aie.it

