



Associazione Italiana Editori

TAVOLO EDITORIA

Milano, 11 febbraio 2019

Chi è AIE

L'Associazione Italiana Editori – AIE associa e rappresenta le Case editrici italiane e straniere che operano in Italia che pubblicano libri, riviste scientifiche e prodotti dell'editoria digitale.

Nata nel 1869, è la più antica associazione di categoria italiana tra quelle oggi in attività e nell'ottobre di quest'anno celebrerà i suoi 150 anni.

Alla data odierna sono regolarmente iscritte all'AIE 285 tra case editrici e gruppi editoriali, di cui 206 classificati come piccoli editori (per AIE i piccoli editori sono quelle case editrici che dichiarano un fatturato netto inferiore a 3,5milioni di euro a prezzo di copertina), per un totale di 599 marchi editoriali.

Tali aziende, in base al loro fatturato di copertina, rappresentano l'89,8% del mercato editoriale nazionale. Questo valore è il risultato di rappresentanze diverse tra i vari settori che ben evidenziano la complessa e plurale articolazione del comparto sia per tipologia di prodotti che per canali di vendita.

I soci dell'AIE rappresentano:

- il 98 % del mercato editoriale educativo scolastico
- il 95 % del mercato editoriale per la didattica universitaria
- il 98 % dell'editoria d'arte
- il 100 % del mercato rateale
- il 95 % del mercato degli ebook
- l'81 % dell'editoria di varia commercializzata nei canali trade (narrativa, libri per bambini e ragazzi, saggistica, manuali, ecc.)
-

L'associazione si articola in quattro gruppi merceologici (Editori di varia, Piccoli editori, Editoria universitaria e professionale, Editoria scolastica). Ogni gruppo ha un proprio presidente che assume anche la carica di vice presidente dell'AIE. Dal 2017 la carica di Presidente dell'AIE è ricoperta da Ricardo Franco Levi.

L'AIE è firmataria del contratto nazionale di categoria per la parte datoriale.

In rappresentanza del settore editoriale italiano, che in termini di fatturato rappresenta la prima industria culturale del Paese e si posiziona al quarto posto in Europa e al sesto nel mondo tra le industrie editoriali, l'AIE è membro e socio fondatore dell'IPA (International Publisher Association) e della FEP (Federazione degli editori europei).

AIE organizza inoltre Più libri più liberi, unica Fiera europea interamente dedicata ai piccoli e medi editori, che ha registrato nel 2018 la partecipazione di 510 case editrici e 97.337 visitatori.



Associazione Italiana Editori

Il quadro generale

Nel quadro di un generale rallentamento dell'economia italiana, entrata tecnicamente in recessione con due successivi trimestri di crescita negativa, il mercato del libro, dopo due anni di confortante ripresa, ha chiuso il 2018 con un segno meno dello 0,4 per cento. E il 2019, con previsioni di crescita del reddito nazionale e dei consumi quanto meno incerte, si presenta come un anno difficile.

Dato questo quadro di riferimento, in coerenza con l'indicazione espressa dal ministro Bonisoli in conclusione del primo incontro del "tavolo editoria" dello scorso 21 gennaio, appare indispensabile concentrarsi sull'obiettivo e sulla necessità di sostenere e, se possibile, allargare il mercato, assicurando nel contempo e in concreto il pluralismo dell'offerta culturale.

Sostenere e allargare il mercato

Promuovere la lettura

Il primo e basilare strumento per sostenere e allargare il mercato del libro non può che essere la promozione della lettura.

In questo campo, il più efficace e fortunato progetto è stato quello di **"#ioleggoperché"**.

Promossa e organizzata da AIE con la collaborazione dei librai di Ali e Sil e il sostegno del Miur e del Centro per il Libro e la Lettura del Mibac, **"#ioleggoperché"** si è tradotta lo scorso anno in una donazione alle biblioteche scolastiche di oltre 300mila libri e ha interessato poco meno di 10mila scuole con quasi 100mila classi e oltre 2milioni di studenti.

Per quanto fortunata - e l'obiettivo è quello di trasformarla in una vera e propria "Telethon del libro" - **"#ioleggoperché"** non può certo esaurire l'impegno per la promozione della lettura che, a partire dalla scuola, resta per sua natura una missione eminentemente pubblica e la cui efficacia è inevitabilmente condizionata dall'entità delle risorse ad essa destinate.

Sostenere la domanda...

La promozione della lettura costituisce sul medio e lungo periodo l'unica, autentica garanzia per lo sviluppo del mercato del libro.

Il sostegno alla domanda ne rappresenta il necessario complemento. Tanto più prezioso in quanto atto ad agire e a far sentire con immediatezza i propri effetti.

Il provvedimento capace di rispondere in positivo e in maniera compiuta e stabile a questa esigenza è **l'estensione all'acquisto dei libri del regime di detrazione fiscale** da tempo previsto per altre categorie di spese, a partire dai farmaci per finire ad altri consumi che è difficile considerare altrettanto utili quanto il libro alla crescita delle persone, della società, dell'economia.

Si tratta di una misura a favore dei cittadini e delle famiglie che il mondo del libro invoca da tempo e che in questa occasione vogliamo con forza ribadire.

Spostando lo sguardo dai nuovi provvedimenti per i quali si ipotizza e si domanda l'introduzione agli strumenti già oggi operativi, i dati confermano in modo incontrovertibile il valore e l'efficacia di **"18app"**, il **"bonus cultura"** dal valore di 500 euro offerto ai diciottenni per agevolare i consumi culturali, che si unisce all'altro efficace strumento di promozione culturale che è stato il **bonus insegnanti**.

Permettendo lo scorso anno una spesa di 132 milioni su un totale di 192 milioni, un dato che ha collocato per distacco il libro al primo posto nella scelta dei giovani, **"18app"** è stata un elemento decisivo per il sostegno della domanda e, dunque, del mercato.



Associazione Italiana Editori

La **conferma di “18app” anche per il 2020** si impone, quindi, come una primaria esigenza. L’introduzione nella legge di bilancio del prossimo anno di una posta che ne assicuri il necessario finanziamento può offrire l’opportunità di intervenire per apportare gli affinamenti suggeriti dall’esperienza dei primi anni di applicazione: da una più vasta campagna di comunicazione a una semplificazione del meccanismo di utilizzo sino, eventualmente, ad un allargamento della platea dei beneficiari.

...ed evitare misure che la deprimano

Per contrastare le tendenze alla contrazione e per ridare slancio al mercato del libro, si è detto di quanto siano necessari provvedimenti a sostegno della domanda.

È altrettanto importante evitare misure che, agendo in senso contrario, possano turbare il mercato, frenare i consumatori e la domanda.

Il primo pensiero corre alla ipotizzata chiusura domenicale dei negozi. A dare un’idea di quale sarebbe il danno di un simile provvedimento basti considerare che all’interno dei soli centri commerciali e della grande distribuzione le vendite di libri nella giornata della domenica pesano attorno al 20 per cento del totale delle vendite. Si stima che con la chiusura almeno il 60 per cento di queste vendite andrebbero perdute.

Garantire il pluralismo dell’offerta culturale

Garantire il pluralismo dell’offerta culturale significa assicurare le condizioni che permettano il permanere sul mercato, lungo tutta la filiera del libro, di un ampio numero di attori.

Ciò comporta la necessità di sostenere i soggetti più piccoli, così da scongiurare una loro possibile espulsione dal mercato con il conseguente generale impoverimento del mondo del libro.

In questa prospettiva, si evidenziano l’importanza, e l’urgenza, di confermare l’**agevolazione fiscale a favore delle librerie**, non solo riportando il relativo stanziamento al livello originariamente previsto ma accrescendolo in misura tale che ne faccia uno strumento realmente efficace.

Se si parla degli operatori più piccoli, è doveroso segnalare che in questa categoria, accanto ai librai e non meno di essi meritevoli di sostegno in quanto indispensabili a garantire ricchezza, vivacità, diversità dell’offerta culturale, compaiono **anche i piccoli editori**.

Considerati nel loro complesso, i piccoli editori sono stati capaci negli ultimi tre anni di accrescere la propria quota di mercato. Questo dato, che di per sé certifica la validità della loro produzione editoriale – validità premiata dal pubblico dei lettori e dei consumatori nelle straordinarie giornate romane di Più libri più liberi – sottolinea e conferma quanto sia importante, al fine di consolidare e garantire un decisivo e prezioso comparto del mondo del libro, approntare anche a favore dei piccoli editori uno strumento di concreto sollievo fiscale.

A questo proposito un’altra fondamentale misura di aiuto alle imprese della filiera del libro è sicuramente quella di garantire ed agevolare un più efficace e semplificato accesso al credito.

La Legge 128/2011

La legge 128 del 2011 per la “disciplina del prezzo del libro” individua finalità - “lo sviluppo del settore librario, il sostegno della creatività letteraria, la promozione del libro e della lettura, la diffusione della cultura, la tutela del pluralismo dell’informazione” - che a otto anni dalla sua introduzione mantengono intatte attualità e validità.



Associazione Italiana Editori

L'esperienza di questi anni ha, tuttavia, evidenziato i punti rispetto ai quali la norma, che espressamente prevedeva a dodici mesi dalla entrata in vigore una relazione sugli effetti delle disposizioni, ha mostrato di essere meno capace di assicurare il raggiungimento dei propri obiettivi. Tra questi, per generale consenso, si possono indicare il sistema dei controlli affidato ai comuni e la disciplina delle **campagne promozionali**.

L'Associazione Italiana degli Editori è pronta a concorrere ad una riflessione e ad un esame dei possibili miglioramenti da apportare alla disciplina del prezzo del libro.

Non si può, tuttavia, né tacere né sottostimare il pericolo che, nel clima di generale preoccupazione per l'andamento dell'economia e la conseguente necessità di tutelare le fasce più deboli della popolazione, metter mano alla legge al fine di introdurre alcune utili modifiche possa in realtà e in fine portare, proprio in nome della difesa del potere d'acquisto delle famiglie, ad abolire ogni disciplina sui prezzi, cancellando ogni limite agli sconti e ponendo così davvero a rischio la sopravvivenza dei soggetti più deboli del mondo del libro.

Per essere al riparo da questo rischio, occorrerebbe che un provvedimento di revisione della legge 128 del 2011 fosse adottato e reso immediatamente operativo contemporaneamente a un vasto intervento di sostegno della domanda per contrastare i possibili effetti contrari che la possano deprimere.

Pur nella difficoltà di distinguere gli effetti della nuova disciplina sul prezzo del libro da quelli della crisi economica globale che aveva in quegli anni colpito anche l'economia italiana, l'andamento del mercato del libro nel periodo successivo al luglio 2011 e in quelli immediatamente seguenti dà una chiara indicazione di quanto in periodi di rallentamento e calo dell'economia e dei consumi possano pesare riduzioni negli sconti che riducano la reale capacità di spesa delle famiglie.

In questa prospettiva e con questi timori, ribadiamo l'opportunità di mantenere l'attuale impianto della legge 128 del 2011.

Al medesimo tempo, confermiamo la disponibilità a studiare e adottare forme e pratiche delle campagne promozionali che, senza modifiche della legge ma, anzi, ribadendone principi e contenuti, permettano e consolidino un maggiore ordine nel mercato.

Da molto tempo si studia e si parla di una generale legge sul libro e sulla lettura che possa dare efficace risposta ai temi qui sollevati. L'Associazione Italiana degli Editori, forte della propria storia, della propria esperienza, della propria rappresentatività, è pronta oggi, come sempre è stata nel passato, a portare il proprio contributo alla riflessione e al confronto.