

Il mercato del libro nel 2020

“I tre mesi che sconvolsero il mondo”

La sintesi dell'indagine AIE, in collaborazione con Nielsen e Informazioni Editoriali

Il mondo del libro esce stravolto dalla crisi Covid-19: spariscono 8 milioni di copie vendute nei primi 4 mesi dell'anno con una perdita di fatturato pari a circa 134 milioni di euro nel solo settore della varia (fiction e non fiction) venduta nei canali trade. Intanto volano gli store online che adesso coprono quasi il 50% del mercato, ma resistono le librerie capaci di fidelizzare la clientela e che hanno risposto alla serrata obbligata con nuovi servizi di consegna a domicilio. È questo, in estrema sintesi, il quadro che restituisce l'analisi di AIE in collaborazione con Nielsen e IE-Informazioni Editoriali.

Quanto vale il mercato. Dopo un 2019 in netta crescita (+4,9% a valore e +3,3% come numero di copie rispetto all'anno precedente), la crisi Covid-19 gela il mercato italiano. Nelle prime 18 settimane dell'anno, secondo le stime Nielsen, il mercato dell'editoria di varia (fiction e non fiction) in librerie, store on line e grande distribuzione organizzata (Gdo) flette del 19,9% rispetto al 2019, con 362,6 milioni di vendite contro le 452,9 dell'anno precedente: una perdita netta di 90,3 milioni. Se però consideriamo anche le vendite fuori dai canali monitorati dagli istituti di ricerca (cartolibrerie, vendite dirette, Fiere, librerie specialistiche e universitarie) la perdita sale a circa 134 milioni di euro. In calo pesante anche le copie, con una perdita di 8 milioni (primi quattro mesi).

Come cambiano i generi. Il calo delle vendite, suddiviso per generi, mostra la relativa tenuta del settore ragazzi (perde “solo” il 16,2%) e della non fiction specialistica (-11,3%), mentre la fiction perde il 22,9% e la non fiction generale il 23,4%.

Lo stop forzato alle novità. Su questi numeri pesa lo stop deciso dagli editori ai nuovi lanci in libreria nelle settimane più difficili della crisi, quelle con le librerie chiuse. Dal 16 marzo fino al 3 maggio, il calo delle novità è stato pari al 66,3%, ma se consideriamo solo i titoli gestiti dai grandi distributori nazionali (ALI, Messaggerie Libri e Mondadori) il crollo è pressoché totale: -91,1%. La crescita degli e-book sopperisce solo in parte: segnano nelle stesse settimane un +22,3% nel lancio delle novità.

Vola l'online, la resistenza delle librerie. Il lockdown ha messo le ali all'e-commerce in Italia. Vale per tutti i settori e il libro non fa eccezione: nelle prime 16 settimane dell'anno, gli store online raggiungono il 47% delle vendite di libri di varia, contro il 26,7% dell'anno precedente. Le librerie passano da 66,2% al 45,0%, stabile la Gdo al 7,3%. E, tuttavia, un'analisi più attenta dei dati ci mostra anche la straordinaria resistenza delle librerie più capaci di fidelizzare attraverso presentazioni e letture online i clienti e proporre vendite con consegne a domicilio. Secondo le elaborazioni di IE-Informazioni Editoriali basate sulle librerie del circuito Arianna, nelle settimane del lockdown (9 marzo - 12 aprile) le librerie hanno perso, complessivamente, l'85% del fatturato. Ma questa percentuale è il risultato della media tra chi ha chiuso completamente (-100%), e quelle che invece hanno scelto di mantenere comunque un presidio con le vendite a domicilio,

arrivando così a mantenere comunque un 29% rispetto al mercato dell'anno precedente, ovvero riducendo la perdita al 71%.

Il digitale stravolge il modo con cui leggiamo e consumiamo. I dati sulle abitudini di consumo e di lettura degli italiani, infine, ci dicono dei cambiamenti a lungo termine portati dalla crisi Covid-19. Sempre più lettori si rivolgono alla Rete sia per scegliere che per acquistare i libri preferiti. Nel 2019 il 16% dei frequentatori delle librerie a conduzione familiare acquistava solo o prevalentemente presso questi rivenditori: questa percentuale è scesa al 4%. Per quanto riguarda le librerie di catena, la stessa percentuale passa dal 40% al 29%. Al contrario, prima della crisi il 18% di chi acquistava sugli store online lo faceva solo su quel canale: adesso questa percentuale è passata al 42%. Se prima della crisi il 59% dei lettori acquistava sulla base di segnalazioni su blog, siti dedicati o social network, adesso quella percentuale è passata al 64%.

Milano, 26 maggio 2020

*Per informazioni,
Daniela Poli, Ufficio stampa AIE
cell. (+39) 335 1242614
daniela.poli@aie.it
www.aie.it*